



**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
BARANG-BARANG ELEKTRONIK
TESIS**

*Disusun Dalam Rangka Memenuhi Persyaratan
Program Magister Ilmu Hukum*

Disusun Oleh:

ZULKARNEN, SH
B4A 099 177

Kajian: Hukum Ekonomi Teknologi

Pembimbing :
Prof. Dr. Sri Redjeki Hartono, SH

**PROGRAM MAGISTER ILMU HUKUM
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2008**

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN BARANG-BARANG ELEKTRONIK

TESIS

Disusun Oleh:

ZULKARNEN, SH
B4A 099 177

Dipertahankan di dewan penguji
Pada Tanggal :

Tesis ini telah diterima
Sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar
Magister Ilmu Hukum

Mengetahui,

Pembimbing,

Ketua,
Program Magister Ilmu Hukum

Prof. Dr. Sri Redjeki Hartono, SH

Prof. Dr. Paulus Hadisuprpto, SH.MH
NIP. 130 351 702

ABSTRAK

Dalam penggunaan produk barang dan atau jasa, sudah saatnya perlu diupayakan suatu usaha perlindungan bagi para pengguna produk barang dan atau jasa. Adapun dalam prakteknya, perlindungan terhadap konsumen dalam memperoleh hak yang dimilikinya, sudah saatnya dirasa perlu untuk melindungi hak yang diperolehnya (konsumen) agar tidak diambil secara paksa oleh para pelaku usaha (produsen dan distributor). Untuk itu pemerintah membuat suatu ketentuan perundang-undangan yang seyogyanya mampu untuk melindungi konsumen dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Upaya perlindungan konsumen dalam kajian penelitian ini menitik beratkan pada perlindungan terhadap penggunaan produk-produk yang dikategorikan sebagai barang elektronik. Adapun untuk mengkaji penelitian ini menggunakan pendekatan secara yuridis empiris dengan bertumpu pada data-data primer dan sekunder dalam melakukan analisa data yang diperoleh di lapangan. Oleh karena itu dalam penggunaan analisa data, dalam penelitian ini menggunakan deskriptif analisis untuk membahas fenomena yang terjadi di lapangan.

Penelitian terhadap perlindungan konsumen ini mengukur sejauhmana implementasi dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam melindungi konsumen dari tingkah laku para pelaku usaha. Disamping itu, penelitian ini juga menitik beratkan pada upaya yang ditempuh oleh konsumen untuk memperoleh haknya dari para pelaku usaha. Untuk itu, dalam penelitian ini berusaha mengupayakan memberikan bantuan pemikiran mengenai perilaku pemerintah dalam melakukan perlindungan konsumen di masa yang akan datang.

Dari penelitian yang diperoleh, didapatkan suatu temuan bahwa dalam rangka melindungi konsumen dari para pelaku usaha yang dengan sengaja melakukan kecurangan, pemerintah membentuk suatu badan untuk melindungi konsumen dan mengakui lembaga perlindungan konsumen non pemerintah. Disamping itu juga, dalam rangka konsumen dalam melakukan upaya mendapatkan haknya, konsumen berusaha untuk mendapatkannya melalui pengadilan umum maupun penyelesaian sengketa diluar pengadilan. Adapun sumbangan pemikiran di masa yang akan datang, pemerintah lebih menekankan pada usaha yang sedianya mampu untuk melindungi hak dan kewajiban dari para pelaku ekonomi (konsumen, produsen dan distributor)

Kata Kunci : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen, Barang-barang Elektronik

ABSTRACT

In usage of goods product and or service, time has come need to be strived an effort for protection to all goods product consumer and or service. As for in practice his(its, protection to consumer in obtaining rights owned by it, time has come felt important to protect rights which ontaining (consumer) in order not to be taken forcibly by the business perpetrators (producer and distributor). For the purpose government makes a legislation rule that is properly able to protect consumer with releasing of inviters Nomor 8 The year 1999 about Consumerism.

Consumerism effort in this research study point weighs against at protection to usage of products categorized as electronic goods. As for study this research applies approach in empirical yuridis convergently at primary data and secondary in doing data analysis obtained field. Therefore in usage of data analysis, in this research applies is descriptive analysed to study phenomenon happened in field.

Research to this consumerism measures sejauhmana implementation from inviters Nomor 8 The year 1999 about Consumerism in protecting consumer from behaviour of the business perpetrators. Side that, this research also point weighs against at effort gone through by consumer to obtain its(the rights from the effort perpetrators. For the purpose, in this research tries strives gives idea help about behavior of government in doing is consumerism in the future.

From research obtained, got a finding that for the agenda of protecting consumer from the business perpetrators that is designedly does insincerity, governmental formed a body to protect consumer and confess consumerism institute non government. Side that also, for the agenda of consumer in doing effort to get its(the rights, consumer makes a pitch for it through common justice and also solving of dispute is outside [by] justice. As for contribution of idea in the future, government is more emphasizing atly is his(its ready business able to protect rights and obligations from the economics perpetrators (consumer, producer and distributor)

Keyword : Protection of Law To Consumer, Electronic Goods.

KATA PENGANTAR.

Dengan memanjatkan Puji dan Syukur Kehadirat Allah SWT, yang mana atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini. Penyusunan tesis ini dilaksanakan untuk memenuhi persyaratan guna menyelesaikan studi pada Program Magister Ilmu Hukum pada Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam penyusunan tesis ini penulis mengambil judul :”**Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Barang-Barang Elektronik**”.

Di dalam penyusunan tesis ini penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, terutama dalam menggali, mengungkapkan dan menguraikan hal-hal yang penulis kemukakan serta sebagai bahan informasi kepustakaan, namun dengan tekad dan rasa ingin tahu dalam pengembangan ilmu pengetahuan maka penulis dapat menyelesaikannya.

Atas terselesainya tesis ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang terhingga dengan penuh rasa hormat kepada :

1. Bapak Prof.Dr. dr. Susilo Wibowo,MS., Med., Sp. And selaku Rektor Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bapak Prof.Dr.Paulus Hadisuprpto,SH.MH, Selaku ketua Program Studi Magister Ilmu Hukum Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang serta selaku pembimbing dalam penyusunan tesis ini.
3. Prof. Dr. Sri Redjeki Hartono, SH, Selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan tesis ini.
4. Seluruh anggota Tim Review Proposal dan Tim Penguji Tesis yang telah meluangkan waktu untuk menilai kelayakan proposal dan menguji tesis dalam rangka menyelesaikan studi di Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro Semarang.

6. Isteri dan anak-anakku yang tercinta yang telah berkorban dan selalu berdo'a untuk keselamatan dan kesuksesan suami dan bapaknya tercinta.
7. Bapak dan Ibuku yang selalu mendoakan demi kesempurnaan tesis ini.
8. Teman-teman dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan tesis ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga tesis yang sederhana ini mampu memberikan sumbangsih pada bidang hukum ketenagakerjaan. Apabila terdapat kesalahan, kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan tesis ini, maka hal tersebut bukan suatu kesengajaan, melainkan semata-mata karena kekhilafan penulis.

Oleh karena itu kepada seluruh pembaca mohon memaklumi dan hendaknya memberikan kritik dan saran yang membangun.

Semarang, Oktober 2008

Hormat Penulis

ZULKARNEN, SH
NIM : B4A 099 177

DAFTAR ISI

Halaman judul	i
Halaman pengesahan pembimbing	ii
Pengesahan ujian tesis	iii
Pengesahan tim penguji	iv
Abstrak	v
Abstract	vi
Kata pengantar.....	vii
Daftar isi.....	viii
BAB I Pendahuluan	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Kerangka Teoritik	10
F. Metode Penelitian	22
G. Sistematika Penulisan	30
BAB II Tinjauan Pustaka	
A. Pengertian barang dan Jasa	32
B. Tinjauan Terhadap Lembaga Perlindungan Konsumen.....	40
C. Tinjauan singkat terhadap Badan Perlindungan Konsumen Nasional.....	50

BAB III Hasil Penelitian dan Pembahasan

III. 1 Hasil Penelitian

III. 1. 1 Peranan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumsi Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Khusus Barang Elektronik.....	58
---	----

III.1.2 Upaya Yang Ditempuh Oleh Konsumen Yang Mengalami kerugian Dalam Proses Pemilikan Produk Elektronik	78
---	----

III.1.3 Peranan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Melindungi konsumen Barang Elektronik Di Masa Yang Akan Datang	82
--	----

III. 2 Pembahasan

III. 2. 1 1 Peranan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumsi Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Khusus Barang Elektronik.....	84
---	----

III.2.2 Upaya Yang Ditempuh Oleh Konsumen Yang Mengalami kerugian Dalam Proses Pemilikan Produk Elektronik	96
---	----

III.2.3 Peranan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Melindungi konsumen Barang Elektronik Di Masa Yang Akan Datang	100
--	-----

BAB IV Penutup

A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pembangunan nasional sebagaimana yang diisyaratkan dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi. Untuk mencapai tujuan tersebut, kita dihadapkan pada kemajuan kegiatan ekonomi perdagangan yang semakin terbuka, sehingga Indonesia dihadapkan pada berbagai tantangan sebagai akibat dari keterbukaan tersebut. Untuk itu dituntut untuk dapat memiliki daya saing yang kuat. Dibidang industri misalnya, pertumbuhan industri elektronika yang semakin pesat dapat menggerakkan pembangunan di bidang ekonomi, sebab pembangunan industri tersebut mempunyai dampak positif yaitu dapat tertampungnya tenaga kerja yang kesemuanya itu akan dapat menambah pendapatan masyarakat.

Disamping itu, selain dapat mendatangkan kemakmuran bagi masyarakat, juga dapat menimbulkan kerugian yaitu melalui penggunaan barang-barang pemakai, pengguna atau pemanfaat barang dan atau jasa pada umumnya, dan produk elektronik khususnya kurang mengerti atau kurang paham terhadap barang dan atau jasa itu sendiri.

Kasus-kasus yang merugikan konsumen dalam hal penggunaan barang-barang elektronik dirasa sudah cukup banyak terjadi sekarang ini. Sebagai contoh adalah kasus produk dan label palsu dari komponen barang-barang elektronik yang dirasa sangat merugikan para konsumen dalam hal daya tahan barang maupun penipuan berdasarkan pada perjanjian yang merugikan konsumen. Baru pada tahun-tahun terakhir ini saja yang koordinasi tersebut dibentuk dan selanjutnya ditunjuk lembaga yang berwenang memberikan label halal tersebut. Selama belum ada lembaga yang jelas wewenangnya, selama itu pula konsumen berada dalam ketidakpastian tanpa dapat berbuat banyak memperjuangkan kepentingannya.

Sebagai perbandingan, di Amerika Serikat telah membentuk lembaga-lembaga khusus yang memiliki wibawa sangat besar dalam memperjuangkan kepentingan konsumen. Salah satu lembaga tersebut adalah *The Federal Trade Commision (FTC)* yang dibentuk pada tahun 1914. lembaga ini langsung berada dibawah Kongres Amerika Serikat dengan undang-undang tersendiri.

Dalam tugasnya, FTC ini didukung oleh banyak peraturan perundang-undangan yang bertujuan menciptakan kompetisi perdagangan yang bebas, jujur dan adil serta tidak merugikan kepentingan konsumen.

Dewasa ini, berbagai macam cara penjualan dilakukan untuk mencapai target penjualan atau mengutamakan mampu memperoleh pangsa pasar serta keuntungannya, dilakukan oleh pengusaha dengan mengupayakan produk yang ditampilkan menarik dengan harga yang sangat terjangkau. Beberapa cara untuk

memikat konsumen antara lain dilakukan dengan cara obral, undian, pemberian hadiah atau sejenisnya dengan maksud ingin memperoleh perhatian atas produk atau usaha yang dilakukan. Namun adakalanya ada akses yang terjadi seperti penjualan obral dilakukan pada saat barang dalam kondisi yang berlebihan persediaan (*over stock*) atau mode produk tersebut sudah tidak mutakhir (*out of date*). Kegiatan ini umumnya dilakukan dengan menggunakan istilah cuci gudang (*garage sale*).

Penjualan secara obral umumnya digemari oleh konsumen karena akan memperoleh produk yang sama kualitasnya dengan harga yang lebih murah. Untuk itu harus dihindari kegiatan mengelabui, menyesatkan atau perbuatan yang sejenis. Perbuatan lain yang dapat dimanipulasi adalah pemberian hadiah yang pada saat promosi seolah-olah akan memberikan hadiah secara cuma-cuma dengan maksud menarik minat konsumen berkunjung ke tempat usahanya. Namun janji tersebut tidak ditepati dengan berbagai alasan dan menganjurkan konsumen untuk membeli produk lain yang disediakan.

Produk lain lain yang dapat diklasifikasikan sebagai kegiatan yang menempatkan konsumen menjadi lemah antara lain kegiatan penjualan dari rumah ke rumah (*door to door sale*) dimana kegiatan tersebut dilakukan dengan sedikit pemaksaan pada situasi konsumen yang tidak siap membeli produk.

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, dewasa ini perkembangan produk-produk elektronik telah merambah ke seluruh lapisan masyarakat. Di setiap tempat, pusat perdagangan, mall, swalayan, toko besar dan atau

toko kecil, pasar hingga pedagang kaki lima terlihat memasarkan berbagai macam produk elektronik secara bebas. Memang diakui, untuk penjualan di pusat-pusat perdagangan, mall, toko-toko besar serta mall senantiasa dilengkapi dengan surat-surat resmi dan kartu garansi, sedang yang diperjualbelikan kaki lima pada umumnya tanpa disertai dengan surat-surat resmi ataupun kartu garansi. Pada umumnya pada perjanjian elektronik dicantumkan klausul ekselerasi berisi bahwa barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan. Disini terlihat bahwa produsen/penjual seolah-oleh lepas dari tanggung jawab terhadap barang-barang yang sudah dibeli oleh konsumen. Apalagi dikaitkan dengan perlindungan hukum terhadap barang-barang tersebut. Pada umumnya, penjual dan atau produsen hanya melihat dari jumlah penjualan dan besar keuntungan yang diperoleh tanpa melihat sisi kepentingan konsumen.

Berdasarkan pada Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), Pasal 383 mengancam penjual yang melakukan penipuan terhadap pembeli/konsumen dan Pasal 386 mengancam penjualan yang menjual barang-barang palsu. Selanjutnya pada Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum perdata (KUH Perdata) mengatur tentang keharusan seseorang untuk mengganti kerugian sebagai akibat dari perbuatan yang dilakukan yang menimbulkan kerugian dari pihak lain, sedangkan Pasal 1491 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) juga mengatur tentang tanggung jawab penjual terhadap cacat tersembunyi dari barang-barang yang dijualnya. Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian juga mengatur kewajiban hukum bagi pengusaha industri (produsen) guna melindungi kepentingan

konsumen. Pasal 15 ayat (1) Undang-Undang tersebut mengharuskan perusahaan industri untuk melaksanakan upaya yang menyangkut keamanan dan keselamatan atas proses serta hasil produksinya.

Dilain pihak, konsumen memang harus dilindungi sehingga perlindungan tersebut merupakan hak konsumen yang harus dipenuhi. Hak-hak konsumen dimaksud telah mendapatkan kesepakatan internasional adalah hak-hak sebagai berikut :

- 1) Hak atas keamanan, yaitu hak untuk mendapat perlindungan atas barang-barang dan jasa yang dapat berbahaya bagi kesehatan, harta benda atau keselamatan jiwa;
- 2) Hak atas informasi yaitu hak dari para konsumen untuk mendapatkan keterangan yang jelas dan benar serta tidak menyesatkan konsumen;
- 3) Hak untuk memilih yaitu hak dari konsumen untuk mendapatkan perlindungan terhadap penyalahgunaan kekuasaan dan wewenang yang dimiliki oleh produsen yang mempunyai kesempatan monopoli;
- 4) Hak untuk didengar yaitu hak konsumen untuk turut serta memberikan pendapat tentang kebijaksanaan yang menyangkut kepentingannya; dan
- 5) Hak atas kelangsungan hidup yaitu hak para konsumen dan warga masyarakat untuk mendapat perlindungan dari produsen yang tidak bertanggungjawab terhadap lingkungan hidup.¹

¹ Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku (Standar)* BPHN, Jakarta, 1980, hal. 6

Hak-hak konsumen tersebut tidak akan terwujud dengan sendirinya mengingat tingkat pengetahuan dan ekonominya yang masih relatif rendah serta kurang kritisnya konsumen dalam mengkonsumsi sesuatu barang, menjadikan konsumen dieksploitasi oleh produsen dan atau pedagang untuk mengejar keuntungan. Oleh sebab itu sangatlah diperlukan adanya suatu lembaga yang dapat mengupayakan perlindungan akan hak-hak konsumen tersebut.

Dengan demikian, keperluan adanya hukum untuk memberikan perlindungan konsumen merupakan suatu hal yang tidak dapat dielakkan, sejalan dengan tujuan pembangunan nasional yakni pembangunan manusia Indonesia seutuhnya.

Selain perlunya lembaga yang mewadahi, maka dalam membahas keperluan hukum untuk memberikan perlindungan konsumen, kita perlu melihat situasi peraturan perundang-undangan Indonesia khususnya peraturan atau keputusan yang memberikan perlindungan bagi masyarakat konsumen. Sehingga bentuk hukum perlindungan konsumen yang ditetapkan sesuai dengan yang diperlukan bagi konsumen dan keberadaannya tepat apabila diletakkan dalam kerangka sistem hukum nasional Indonesia.

Salah satu cara yang dapat ditempuh dalam melindungi masyarakat konsumen adalah melalui pengawasan. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1961 yang menyangkut tentang barang, selain memberikan wewenang kepada pihak

pemerintah untuk melakukan pengawasan barang-barang, wewenang tersebut juga diberikan kepada pihak swasta dalam hal ini adalah Lembaga Konsumen.

Akan tetapi berdasarkan pengamatan di lapangan serta informasi yang telah diperoleh, keberadaan Lembaga Konsumen belum sepenuhnya dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan sehingga tidak banyak yang ditemukan adanya produk-produk elektronik yang beredar dipasaran belum sesuai dengan standar industri Indonesia. Oleh karena itu, masih ada masyarakat konsumen yang dirugikan. Hal ini terlihat dengan adanya barang-barang yang beredar dipasaran tanpa disertai dengan label yang dikeluarkan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan.

Berdasarkan uraian diatas maka tampaklah bahwa perlindungan hukum kepada masyarakat pemakai barang-barang elektronik sangat diperlukan. Disamping itu ada suatu kendala bahwa Lembaga Konsumen yang menjadi salah satu badan pengawasan yang tugasnya memberi penyuluhan, menerima pengaduan dan pengendalian belum berfungsi sebagaimana yang diharapkan.

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada uraian pada latar belakang permasalahan diatas, maka selanjutnya dirumuskan sejumlah permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen khususnya pengguna barang elektronik ?

2. Bagaimanakah pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam proses pemilikan produk-produk elektronik ?
3. Bagaimanakah Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam melindungi konsumen barang elektronik dimasa yang akan datang ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan pada perumusan permasalahan sebagaimana telah diuraian diatas maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah :

- 1) Mengetahui kontribusi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen terutama konsumen barang-barang elektronik.
- 2) Mengidentifikasi pelaksanaan yang dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian dalam proses pemilikan produk-produk elektronik.
- 3) Mengetahui efektifitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam memberikan perlindungan hukum di masa yang akan datang.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Adapun manfaat dari penulisan tesis ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam :

1. Secara teoritis, memberikan manfaat berupa sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu hukum khususnya yang berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen;
2. Secara praktis, memberikan manfaat kepada para produsen, pelaku usaha dan konsumen dalam memahami peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen dan sebagai dasar pemikiran dari efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam lingkup yang lebih kecil.

E. KERANGKA TEORITIS

Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Secara universal, berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan pendapat dari pakar ternyata konsumen pada umumnya berada pada posisi yang lebih lemah dalam hubungannya dengan pengusaha baik secara ekonomi, tingkat pendidikan, maupun kemampuan atau daya saing/daya tawar.²

Kedudukan konsumen ini baik yang bergabung dalam suatu organisasi apalagi secara individu tidak seimbang dibandingkan dengan kedudukan pengusaha.

² Lihat Resolusi PBB 39/248 tentang Perlindungan Konsumen

Secara umum dan mendasar hubungan antara produsen (perusahaan pengasil barang dan atau jasa) dengan konsumen (pemakai barang dan atau jasa) merupakan hubungan yang terus menerus dan kesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain. Hubungan antara produsen dan konsumen yang berkelanjutan terjadi sejak proses produksi, distribusi di pemasaran dan penawaran. Rangkaian kegiatan tersebut merupakan rangkaian perbuatan bukan hukum dan perbuatan hukum baik yang mempunyai akibat hukum maupun yang tidak mempunyai akibat hukum baik terhadap semua pihak maupun hanya kepada pihak-pihak tertentu saja.

Hal tersebut secara sistematis dimanfaatkan oleh produsen dalam suatu sistem distribusi dan pemasaran produk barang guna mencapai suatu tingkat produktivitas dan efektivitas tertentu dalam rangka mencapai sasaran usaha. Sampai pada tahapan tertentu, penyaluran tersebut menghasilkan suatu hubungan yang sifatnya massal. Karena sifatnya massal maka peran negara sangat dibutuhkan dalam rangka melindungi kepentingan konsumen pada umumnya.

Untuk itu perlu diatur perlindungan konsumen berdasarkan undang-undang antara lain mutu barang, cara dan prosedur produksi, syarat kesehatan, syarat pengemasan, syarat lingkungan dan sebagainya.

Bertolak dari luas dan kompleknya hubungan antara produsen dan konsumen, maka untuk melindungi konsumen sebagai pemakai akhir dari barang dan

atau jasa membutuhkan berbagai aspek hukum agar benar-benar dapat dilindungi secara adil.

Di era perdagangan bebas, konsep pemasaran merupakan suatu disiplin universal. Perlindungan konsumen dalam era perdagangan bebas menjadi sangat penting karena selain konsumen mempunyai hak-hak yang universal juga mempunyai hak-hak yang sangat spesifik baik situasi maupun kondisi. Dewasa ini, konsep pemasaran telah berubah menjadi konsep strategi. Konsep strategi pemasaran pada dasarnya merubah fokus pemasaran dari pelanggan atau produk kepada pelanggan dalam konteks eksternal yang lebih luas. Disamping itu juga terjadi perubahan pada tujuan pemasaran yaitu dari laba menjadi keuntungan pihak yang berkepentingan (orang perorangan atau kelompok yang mempunyai kepentingan dalam kegiatan perusahaan termasuk didalamnya karyawan, manajemen, pelanggan, masyarakat dan negara).

Ada dua asumsi dalam melihat posisi konsumen di era pasar bebas. *Pertama*, posisi konsumen diuntungkan yakni dengan adanya labelisasi perdagangan arus keluar masuk barang menjadi semakin lancar. Akibatnya konsumen lebih banyak punya pilihan dalam menentukan berbagai kebutuhan barang dan atau jasa. *Kedua*, posisi konsumen dirugikan terutama di negara berkembang. Alasannya adalah masih lemahnya pengawasan di bidang standarisasi mutu barang, lemahnya produk perundang-undangan. Hal ini menjadikan konsumen di negara dunia ketiga menjadi

sampah dari berbagai produk negara maju yang tidak memenuhi syarat untuk dipasarkan.³

Menurut *Consumer International*, dari perspektif kepentingan konsumen, pasar bebas mempunyai berbagai tantangan, antara lain:

- 1) *Cross Border Business Agreement* yang terdiri dari :
 - a) *Merger dan akuisisi*, dimana satu perusahaan atau lebih bergerak untuk menciptakan monopoli diluar batas yuridiksi suatu negara;
 - b) *Kartel International*, yaitu suatu tindakan bersama dari beberapa perusahaan dari berbagai negara untuk membagi pasar dan menetapkan harga;
 - c) *Persekongkolan Bisnis dan Strategi*, yakni persekongkolan diantara perusahaan yang bersaing untuk mengembangkan produk atau penelitian.
- 2) *Industrial Policy* yang terdiri dari :
 - a) *Kartel ekspor*, yaitu persetujuan diantara perusahaan atas harga ekspor;
 - b) *Kartel impor*, yaitu suatu tanggapan defensif oleh perusahaan yang membeli barang dari kartel ekspor.
- 3) *Trade Policy* yang terdiri dari undang-undang anti dumping, penetapan target import dan penetapan kuota ekspor

Selanjutnya dalam kegiatan pemasaran dapat dijalankan dengan berbagai cara yakni mulai dari mendesain produk agar menarik, menyelenggarakan jaringan distribusi agar produk tetap tersedia bagi pembeli pada saat dan ditempat yang tepat,

³ Tini Hadad, *Peranan YLKI Dalam Perlindungan Hukum Pada Era perdagangan Bebas : Makalah FH Unisba-Bandung*, Bandung, 1998

memperkenalkan atau mengingatkan kembali suatu merek atau nama perusahaan, maupun suatu produk tertentu melalui iklan, dan menjalankan berbagai sistem penjualan tertentu (*door to door*, dengan cara kredit, penjualan berhadiah, penjualan merugi, dan lain sebagainya)⁴

Iklan yang benar dan bertanggungjawab dapat membantu konsumen menetapkan pilihan yang tepat artinya sesuai kebutuhan dan kemampuannya. Cara pemasaran yang wajar akan mendukung putusan pilihan konsumen yang menguntungkannya. Leluasanya konsumen memilih barang dan atau jasa kebutuhannya adalah salah satu hak konsumen dan juga merupakan kepentingan konsumen sebagaimana digariskan secara universal dalam suatu resolusi Perserikatan Bangsa Bangsa yang intinya mengharuskan dilindunginya konsumen dari perjanjian dengan syarat-syarat baku.

Secara gambang bunyi dari Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa yang mengatur tentang perlindungan konsumen dari suatu perjanjian dengan syarat-syarat baku adalah sebagai berikut : *Consumers should be protected from such contractual abuses as one sided standard contract, exclusion of essential right in contract and undonscionable conditions of credit by seller* (Konsumen-konsumen harus dilindungi dari pelecehan-pelecehan susuai kontrak seperti perjanjian baku yang berat sebelah, pengecualian hak penting di dalam kontrak dan undonscionable kondisi-kondisi kredit oleh penjual).

⁴ Titi Hadad, *Op., Cit*, hal 12

Dari sisi lain, terlihat bahwa ke semua cara pemasaran diatas hanya berlaku pada pasar yang didalamnya terdapat persaingan wajar (*fair competition*). Apabila terjadi perilaku persaingan curang (*unfair competition*) maka tidak saja merugikan perusahaan yang bersaing tetapi juga masyarakat konsumen. Dalam kondisi tersebut, maka kepentingan konsumen akan sangat terganggu. Pilihan konsumen akan semakin berkurang, syarat-syarat dan harga tidak bersaing dan bukan tidak mungkin pelayanan pada pembelian dan atau purna pembelian akan semakin merosot.

Mayoritas konsumen di Indonesia masih terlalu rentan dalam menyerap informasi iklan yang tidak sehat karena itu sangat beresiko kiranya apabila tidak diadakan pengawasan yang memadai dan konsumen dibiarkan menimbang-nimbang serta memutuskan sendiri iklan apa yang pantas untuk dipercaya. Cara berfikir yang dalam hukum dikenal sebagai *caveat emptor (let the buyer beware)* demikian hanya cocok untuk negara-negara yang menganut sistem kapitalis.⁵ Posisi yang tidak berimbang antara produsen dan konsumen akan mudah untuk disalahgunakan (*matchpositie*) oleh pihak yang lebih kuat. Hal ini akan berdampak lebih buruk jika pihak produsen yang lebih kuat itu didukung oleh fasilitas yang memungkinkan bertindak secara monopolis.

Lolosnya penyalahgunaan iklan yang menyesatkan membuktikan bahwa mekanisme pengawasan masih belum berjalan dengan baik. Dengan dilikuidasinya Departemen Penerangan dan Departemen Sosial maka tugas untuk menyensor film

⁵ Johannes Gunawan, *Perlindungan Konsumen*, Jakarta, hal. 35

atau video atau pengawasan untuk iklan yang memuat undian berhadiah menjadi kurang efektif.

Bertitik tolak dari hal tersebut, maka didirikanlah suatu lembaga yang disebut dengan lembaga konsumen. Lembaga konsumen ini dalam gerak dan langkahnya berupaya memberikan perlindungan kepada konsumen yaitu melindungi konsumen, menjaga martabat produsen serta membantu pemerintah.⁶

Lembaga konsumen ini bertujuan untuk mewujudkan hak-hak dan kepentingan konsumen menuju kesejahteraan masyarakat serta mendorong meningkatkan mutu hasil industri. Dengan demikian, lembaga konsumen merupakan lembaga yang bermaksud melindungi konsumen dalam hal mengkonsumsi suatu barang dan jasa agar dapat memperoleh hak-haknya selaku konsumen.

Disamping hak-hak yang telah tersebut diatas, masyarakat konsumen dalam mengkonsumsi sesuatu barang berkepentingan pada :

- *Pertama*, dipenuhinya syarat keamanan dan keselamatan dari barang dan atau jasa yang dibutuhkan;
- *Kedua*, tersedianya informasi yang benar (tidak mengelabui dan menyesatkan) mengenai setiap barang dan atau jasa yang dimanfaatkannya;
- *Ketiga*, harga yang sepadan dengan mutu barang dan jasa dan lingkungan hidupnya yang bebas dari pencemaran.⁷

Hak-hak dan kepentingan konsumen tersebut perlu kiranya untuk mendapat perlindungan berhubungan dalam praktek sehari-hari sering diabaikan baik karena ketidak tahuan atau keengganan konsumen untuk memanfaatkannya maupun karena perbuatan pihak produsen. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Imam Bachagie

⁶ Hartono Soerjopratiknjo, *Aneka Perjanjian Jual Beli*, Seksi Notariat FH. UGM, Yogyakarta, 1982, hal. 22

⁷ Titi Hadad, *Loc.Cit* hal. 64

dalam Soerjono Soekanto bahwa hak-hak dan kepentingan konsumen dalam praktek sehari-hari sering tidak diterapkan baik karena ketidaktahuan atau keengganan memanfaatkannya, di pihak lain masih banyak produsen yang bertindak semena-mena dibalik ketidak berdayaan dan ketidaktahuan konsumen tersebut meskipun dalam banyak hal produsen sebetulnya lebih tahu hal itu tetapi demi memperoleh keuntungan sebanyak mungkin meskipun sifatnya sesaat ada produsen yang bertindak sebagai produsen yang bertindak diatas ketidak berdayaan konsumen.⁸

Bertitik tolak pada hal tersebut diatas maka perlu untuk dijelaskan lebih lanjut tentang bagaimana hak-hak dan kepentingan konsumen dapat diperoleh dan dimanfaatkan oleh konsumen secara baik sehingga akan menjadi penekan bagi produsen yang pada akhirnya memberi keseimbangan hubungan antara produsen dengan konsumen. Apabila kesadaran konsumen telah tumbuh akan menyebabkan produsen berorientasi pada hak dan kepentingan konsumen dan pada akhirnya produsen yang demikian sajalah yang mempunyai daya tahan dipasaran.⁹

Berdasarkan pada pemikiran hal tersebut diatas bahwa konsumen diharapkan dalam mengkonsumsi produk-produk elektronik untuk dapat bersikap lebih kritis dalam bertindak dan berusaha memperoleh hak-haknya serta kepentingannya itu. Melalui sikap-sikap yang demikian kerugian yang dialami oleh konsumen akibat mengkonsumsi produk-produk elektronik dapat berkurang atau dengan perkataan lain kerugian dapat diperkecil.

⁸ Hartono Soerjoparatiknjo, *Op. cit*, hal 42

⁹ Titi Hada, *Op.Cit*, hal. 42

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1960 tentang Barang, selain memberikan wewenang mengenai pengawasan kepada Pemerintah juga diberikan wewenang kepada pihak swasta guna dapat memberikan perlindungan kepada konsumen dalam hal ini lembaga konsumen. Atas dasar tersebut, lembaga konsumen melakukan bermacam-macam kegiatan antara lain:

- 1) Melakukan pengawasan ke pasar-pasar untuk meneliti atau mendapatkan informasi tentang barang-barang yang beredar;
- 2) Melakukan kunjungan ke pabrik-pabrik atau industri rumah tangga untuk melihat serta mendiskusikan cara atau proses produksi;
- 3) Mengadakan pengujian atau membandingkan terhadap barang yang beredar dipasaran untuk diteliti mutu kandungan bahannya;
- 4) Menampung serta melayani setiap pengaduan masyarakat konsumen terhadap barang yang dianggap merugikan dan mengambil langkah penyelesaian dengan menghubungi produsen atau instansi pemerintah yang berwenang;
- 5) Memberikan pendidikan dan penerangan kepada masyarakat konsumen baik melalui media massa maupun melalui forum lain yang menyangkut mutu dan tata cara pengolahan atau menyimpan bahannya.¹⁰

Dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan tersebut, apabila ternyata terdapat kesalahan dari pelaku usaha dan produsen maka lembaga konsumen dapat mengajukan kesalahan dimaksud kepada pihak pemerintah. Pengajuan kesalahan juga

¹⁰ Sudaryatmo, *Masalah Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996, hal. 9

dapat ditujukan kepada pihak produsen atau pelaku usaha yang bersangkutan sehingga dengan demikian keluhan-keluhan konsumen dapat terselesaikan.

Selanjutnya, dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 disebutkan bahwa Konsumen adalah setiap orang perseorangan, badan hukum dan yayasan pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 juga diatur mengenai hak-hak konsumen yang antara lain adalah hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa, hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana semestinya.

Bentuk reaksi konsumen yang dirugikan dewasa ini masih sedemikian rupa mulai dari sekedar menggerutu dan membuang barang, menceritakan kesialannya kepada rekan, memprotes langsung pada pengusaha perusahaan dan apabila diabaikan mereka mengadu pada instansi yang berwenang ataupun yang menjadikan suatu perkara hukum. Selanjutnya keadaan atau peristiwa reaksi konsumen terhadap pelaku usaha dikenal dengan istilah sengketa konsumen.

Sengketa konsumen pada umumnya diselesaikan melalui dua cara yakni melalui penyelesaian secara damai dan melalui lembaga atau instansi yang berwenang. Penyelesaian sengketa konsumen secara damai dapat dilakukan dengan menggunakan instrumen regulasi sendiri (*self regulation*) kalangan usahawan yang bersangkutan. Adanya regulasi sendiri di kalangan usahawan atau profesi tertentu masing-masing sudah dilengkapi dengan lembaga, dewan, majelis atau komisi yang ditugasi menegakkan ketentuan-ketentuan etika yang termuat didalamnya.

Sementara itu, upaya yang dilakukan konsumen yang dirugikan adalah melalui mediasi atau penyelesaian sengketa diluar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang lagi kembali kerugian yang diderita konsumen.

Perlindungan konsumen merupakan masalah kepentingan manusia. Oleh karena itu menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia untuk dapat mewujudkannya. Mewujudkan perlindungan konsumen adalah mewujudkan hubungan berbagai dimensi yang satu sama lain mempunyai keterkaitan dan saling ketergantuan antara konsumen, pengusaha dan pemerintah.

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan cara berbagai macam untuk melindungi konsumen. Adapun cara yang diupayakan adalah :

- *Pertama*, menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi serta menjamin kepastian hukum;

- *Kedua*, melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha;
- *Ketiga*, meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
- *Keempat*, memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan; dan
- *Kelima*, memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan perlindungan bidang-bidang lainnya.

Selanjutnya, perlindungan konsumen terselenggarakan baik oleh pemerintah melalui penerapan kaidah-kaidah pembinaan dan tindakan pengawasan atas perilaku pengusaha berdasarkan perundang-undangan yang berlaku berkaitan dengan perlindungan konsumen, maupun melalui konsumen itu sendiri berdasarkan pada penegakan hak-hak atau kepentingannya dalam bentuk pengaduan pada instansi pemerintah yang berwenang atau pengajuan gugatan melalui pengadilan tertentu yang berwenang untuk itu.

Adapun peraturan perundang-undangan khusus tentang perlindungan konsumen yang menyediakan upaya hukum yang khas bagi konsumen tentang hak dan kewajiban dan peradilan sengketa mereka akan memudahkan konsumen menentukan pilihan apakah akan memusyawarahkan masalahnya dengan pihak yang menyebabkan terjadinya kerugian itu atau menjalankan upaya hukum melalui pengadilan yang dalam wilayahnya berwenang untuk itu. Upaya konsumen sendiri dalam menanggulangi masalahnya yang berkaitan dengan penggunaan barang dan

atau jasa konsumen, sekaligus membantu meringankan beban pemerintah dalam menjalankan tugasnya sesuai ketentuan perundang-undangan.

F. METODE PENELITIAN

Penelitian bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran secara sistematis, metodologis, dan konsisten. Melalui proses penelitian tersebut diadakan analisa dan konstruksi terhadap data yang telah dikumpulkan dan diolah¹¹

Penelitian (*research*) berarti pencarian kembali. Pencarian yang dimaksud adalah pencarian terhadap pengetahuan yang benar (ilmiah), karena hasil dari pencarian ini akan dipakai untuk menjawab permasalahan tertentu. Dengan kata lain, penelitian (*research*) merupakan upaya pencarian yang amat bernilai edukatif; ia melatih kita untuk selalu sadar bahwa di dunia ini banyak yang kita tidak ketahui, dan apa yang kita coba cari, temukan, dan ketahui itu tetaplah bukan kebenaran mutlak. Oleh sebab itu, masih perlu diuji kembali.¹² Metodologi adalah suatu hal yang sangat penting bagi penelitian dan dapat dikatakan bahwa metodologi merupakan unsur mutlak yang harus ada dalam kegiatan penelitian, untuk itu dalam suatu penelitian, peneliti perlu menggunakan metode yang tepat karena ada

¹¹ Soerjono Soekanto, Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004 hal 1

¹² Amirudin, dan H.Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004 hal 19

Lihat juga pendapat Bambang Sunggono, dalam *Metodologi Penelitian Hukum*, PT.Rja Grafindo Persada, Jakarta 1997, hal 27. Penelitian pada dasarnya merupakan suatu upaya pencarian dan bukannya sekedar mengamati dengan teliti terhadap sesuatu obyek yang mudah terpegang, ditangan. Penelitian merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yaitu Research yang berasal dari kata re (kembali) dan to search (mencari) dengan demikian secara logawiyah berarti mencari kembali

tidaknya suatu karya ilmiah pertama-tama tergantung pada metode yang digunakan¹³.

1. Metode Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana asas-asas hukum, penemuan *hukum in concerto* bagi suatu perkara tertentu sinkronisasi vertikal atau horizontal dan sistematis hukum diterapkan yang bertumpu pada data sekunder.

Dalam melakukan penemuan *hukum in concerto* ini, penelitian lebih menekankan pada suatu peristiwa yang konkrit yang tentunya berdasarkan pada suatu realitas yang ada di dalam masyarakat pengguna barang-barang elektronik. Untuk itu dalam penelitian ini diupayakan disamping menggunakan tinjauan yuridis terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku, penelitian ini juga menggunakan data-data empiris yang didapatkan dari lapangan baik itu melalui observasi maupun dengan wawancara ataupun teknik pengambilan data tertentu.

Dalam melakukan penelitian hukum normatif, penulis mengedepankan pendekatan kuantitatif. Penelitian dengan melakukan pendekatan secara

¹³ Murseh Mursanef, *Pedoman Membuat Skripsi*, Haji Masagung, Jakarta 1981 hal 31

kuantitatif ini, merumuskan suatu gagasan secara deduktif untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang bersifat positivisme.

Selain itu juga dilakukan penelitian terhadap nilai-nilai moral dan etika bisnis untuk mencari asas-asas dan dasar pembenaran dalam upaya perlindungan hukum terhadap konsumen.

Sementara itu, mengenai materi penelitian, penelitian ini termasuk dalam ruang lingkup hukum ekonomi namun dalam pelaksanaannya dibatasi hanya mengenai peranan lembaga konsumen dalam melindungi masyarakat terhadap pemakai barang atau produk elektronik. Oleh karena itu yang menjadi materi penulisan tesis ini adalah :

- Kontribusi periklanan mempengaruhi konsumen memiliki produk elektronik;
- Pelaksanaan pengawasan yang dilakukan oleh Lembaga Konsumen terhadap produk elektronik yang beredar di pasaran;
- Upaya konsumen yang mendapatkan perlindungan hukum dalam kepemilikan produk elektronik;
- Peranan Lembaga Konsumen dalam melindungi konsumen pemakai barang elektronik yang mengalami kerugian akibat dari penggunaan barang tersebut; dan
- Kendala-kendala yang dihadapi Lembaga Konsumen dalam menyelesaikan kasus-kasus tersebut.

Penentuan materi penelitian ini dimaksudkan penulis agar dalam melakukan penelitian ini dapat dibatasi secara jelas agar penelitian ini tetap berada dalam ruang lingkup permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian ini adalah termasuk penelitian deskriptif analisis. Penelitian dengan menggunakan deskriptif analisis ini menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dikaitkan dengan teori-teori hukum dan praktek hukum positif yang relevan dengan permasalahan penelitian.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan tesis ini, data yang akan dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara observasi di lapangan, wawancara dengan responden dan informan yang relevan dalam penelitian ini (studi lapangan). Sementara data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan.

a. Studi Kepustakaan

Dalam studi kepustakaan ini, alat pengambil data yang digunakan adalah studi dokumenter, yang dilakukan untuk memperoleh data sekunder, yang meliputi:

- Bahan hukum primer, merupakan bahan pustaka yang berisikan pengetahuan ilmiah baru dan mutakhir ataupun pengertian baru tentang fakta yang diketahui mengenai suatu ide atau gagasan. Bahan –bahan hukum primer ini terdiri dari :

1. Norma dasar Pancasila;
2. Peraturan Dasar Batang Tubuh Undang-Undang Dasar 1945;
3. Ketetapan MPR;
4. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata);
5. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Standar Industri;
6. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
7. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
8. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional;
9. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen;
10. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat
11. Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Pada Pemerintah Kota

Medan, Kota Palembang, Kota Jakarta Pusat, Kota Jakarta Barat, Kota Bandung, Kota Semarang, Kota Yogyakarta, Kota Surabaya, Kota Malang dan Kota Makasar.

- Bahan Hukum Sekunder, yakni bahan-bahan hukum yang erat kaitannya dengan bahan hukum primer dan dapat digunakan untuk membantu menganalisa serta memahami bahan hukum primer yang terdiri dari :
 1. Buku-buku dari para pakar hukum ekonomi;
 2. Hasil-hasil penelitian ilmiah terdahulu;
 3. Berbagai hasil seminar atau kegiatan ilmiah lainnya.
- Bahan Hukum Tersier, yakni bahan-bahan yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang terdiri dari kamus hukum dan kamus istilah lainnya yang menyangkut penelitian.

b. Studi Lapangan

Di dalam studi lapangan, alat pengumpul data yang dipergunakan adalah melalui wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara. Wawancara dilakukan oleh para responden yang berada pada tempat target penelitian.

Dalam wawancara ini, responden yang diwawancarai mempunyai pengalaman atau responden dalam hal ini konsumen memakai produk/barang elektronik yang dirugikan, yang berkaitan dengan permasalahan diatas maupun dengan pihak lembaga konsumen dalam mengatasi permasalahan yang menimpa konsumen. Dari hasil wawancara ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang praktek tentang perlindungan konsumen. Pada mulanya kepada subyek penelitian diajukan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian beberapa butir pertanyaan tersebut diperdalam untuk mendapatkan jawaban yang lebih lengkap dan mendalam. Hasil yang diperoleh dari wawancara ini merupakan data primer yang mendukung data sekunder.

4. Metode Analisa Data

Setelah semua data yang berkaitan dengan penelitian dikumpulkan selanjutnya dilakukan suatu abstraksi dan rekonstruksi terhadap data-data tersebut.

Berkaitan dengan pengaruh periklanan terhadap minat konsumen membeli produk elektronik dan untuk mengetahui sejauhmana pelaksanaan pengawasan yang dilakukan oleh lembaga konsumen terhadap masyarakat konsumen dilakukan analisis kuantitatif yang ditabulasikan kemudian dianalisis terhadap data sekunder yang dikomplementerkan dengan data yang diperoleh dari penelitian lapangan.

A. SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam melakukan penulisan tesis ini, penulis merumuskan menjadi 4 (empat) bab yaitu :

Bab I PENDAHULUAN

Dalam bab I ini berisi tentang Pendahuluan yang terperinci dalam latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka teoritik, metode penelitian dan sistematika penulisan

Bab II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab II ini menguraikan mengenai pengertian barang dan jasa, tinjauan terhadap lembaga perlindungan konsumen, dan tinjauan singkat terhadap badan perlindungan konsumen nasional.

Bab III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab III ini penulis akan menyajikan mengenai masalah yang melatar belakangi penulisan tesis ini yang meliputi tentang :

- 1) Bagaimanakah Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen khususnya pengguna barang-barang elektronik?
- 2) Bagaimanakah pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam proses pemilihan produk-produk elektronik ?
- 3) Bagaimanakah Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam melindungi konsumen barang-barang elektronik dimasa yang akan datang?

Bab IV PENUTUP

Dalam bab IV Penutup ini, dibagi menjadi 2 sub bab yaitu sub bab A Kesimpulan yang berisi tentang kesimpulan dalam penulisan tesis ini dan sub bab B Saran yang berisi tentang sumbangan pemikiran dari penulis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Barang dan Jasa

Tidak bisa dipungkiri dalam melakukan kegiatan/aktivitas yang dilakukannya, manusia yang ada didunia ini tidak ada yang dapat menyelesaikannya sendiri.

Manusia membutuhkan suatu perangkat lain untuk mendukung segala aktivitasnya. Perangkat yang dimaksud tersebut tidak hanya berbentuk manusia namun juga sudah menuju ke kebendaan dan juga jasa.

Manusia dengan pemikirannya yang semakin maju dan dengan realitasnya, manusia berupaya untuk lebih berfikir secara positif.¹⁴ Dengan pemikiran yang dimiliki manusia yang senantiasa berusaha untuk mencari setiap esensi dari hidup dan terus mengupayakan terhadap kebutuhan manusia itu sendiri, manusia berusaha untuk membuat alat atau benda untuk memudahkan manusia untuk mempermudah setiap aktivitasnya.

Tingkah laku manusia yang berusaha untuk maju ini dimulai dari zaman Paleolitikum hingga Neolitikum,. Dalam jaman Paleolitikum (jaman batu tua) manusia dalam menunjang aktivitasnya sudah menggunakan batu yang dibentuk sedemikian rupa untuk menunjang kegiatannya sehari-hari. Jaman ini batu yang digunakan masih berupa batu besar sehingga manusia masih merasa kesulitan untuk menggunakan perkakas/peralatan tersebut.

Dengan pemikiran manusia yang berusaha untuk maju, manusia berusaha untuk mencari dan membuat alat yang sekiranya dapat digunakan untuk mempermudah setiap aktivitasnya. Akhirnya manusia membuat suatu alat yang terbuat dari logam dan emas. Pada jaman ini, manusia memasuki suatu jaman mesolitikum atau jaman batu tengah. Karena pada zaman ini, alat penunjang

¹⁴ Gunawan A. Setiardja, *Filsafat Ilmu : Manusia dan Pengetahuan Mata Kuliah Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro*, Universitas Diponegoro, Semarang, 2005, hal : 6

kegiatan tersebut sulit untuk dicari lagi maka, manusia dengan realitasnya menggunakan benda-benda yang lebih kecil untuk dijadikan gerabah. Manusia dengan realitas dan ilmu pengetahuan yang dimiliki berusaha untuk membuat benda-benda/perkakas rumah tangga yang mudah untuk digunakan dan lebih mudah untuk dibawa kemana-mana. Sejalan dengan itu, manusia akhirnya membuat benda-benda yang berasal dari lingkungannya. Manusia mulai membuat baju dengan menggunakan kulit binatang, membuat alat-alat rumah tangga dengan menggunakan tanah liat, membuat alat-alat untuk pertanian dan berburu dengan menggunakan batu yang relatif kecil. Pada jaman ini, manusia sudah mulai mengenal *food gathering* dan *food producing*. Jaman ini lebih dikenal dengan jaman Neolitikum atau jaman batu muda.

Seiring dengan keinginan manusia untuk maju dan upaya manusia untuk memenuhi kebutuhannya, manusia dengan pengetahuan dan ilmu pengetahuan berusaha untuk mencari kesempurnaan. Hal ini ditandai dengan semakin majunya peradaban manusia dari yang menggunakan batu, logam, emas sampai teknologi dengan ditandai dengan adanya revolusi industri.

Revolusi industri di Inggris menandai terbukanya pengetahuan dan ilmu pengetahuan manusia yang lebih maju. Pada jaman revolusi industri ini, banyak terdapat alat-alat kebutuhan manusia baik yang berupa barang dan atau jasa yang dihasilkan oleh manusia dengan menggunakan teknologi yang masih sangat sederhana. Adanya revolusi industri ini diawali dengan diketemukannya mesin uap

oleh James Watt yang dengan penemuannyalah muncul suatu peradaban baru di dunia dengan ditandai dengan maraknya perusahaan-perusahaan baru dengan sistem kapitalis.

Dengan lahirnya perusahaan-perusahaan baru ini, semakin mempermudah dibuatnya barang-barang baru dan jasa-jasa yang ditawarkan dengan lebih bersifat instan. Barang-barang yang dibuat tidak hanya digunakan untuk sekali pakai saja namun juga dibuat barang yang lama pemakaiannya. Disamping itu juga dibuat suatu barang untuk dunia pelayanan jasa yang digunakan untuk menggantikan kereta dan mempermudah dan mempercepat jarak tempuh dalam melakukan aktivitasnya. Jasa ini dimulai dengan diketemukannya sepeda sampai diketemukannya kereta uap.

Seiring dengan bertambahnya usia dan pengalaman manusia dalam mempelajari fenomena yang terjadi di dunia, manusia membuat aneka barang dan jasa.

Berdasarkan pada Ketentuan Umum Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa barang adalah setiap benda baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dihabiskan yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

Bertitik tolak pada Ketentuan Umum Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa barang terdiri dari beraneka ragam

bentuk dan jenisnya. Barang dalam kenyataannya dibagi menjadi beberapa kelompok yaitu :

- 1) Berdasarkan kelangkaan barang;
- 2) Berdasarkan tujuan penggunaan;
- 3) Berdasarkan fungsi dan pemakaian; dan
- 4) Kesiapan untuk digunakan memenuhi kebutuhan.

Barang jika digolongkan berdasarkan pada kelangkaannya sebagai alat pemuas kebutuhan maka barang dibagi menjadi beberapa kategori yaitu :

- Barang bebas, yaitu barang yang tersedia dalam jumlah yang banyak dalam memenuhi kebutuhan manusia. Misalnya udara, pasir, dan air.
- Barang ekonomi yaitu barang yang jumlahnya terbatas jika dibandingkan dengan kebutuhan manusia. Misalnya menukar buku dengan pulpen.
- Barang Illith yaitu barang yang ada terlalu banyak sehingga sulit untuk dikendalikan. Misalnya air dan api dapat merusak dan membahayakan kehidupan manusia.¹⁵

Barang jika digolongkan berdasarkan pada tujuan penggunaannya, alat pemuas kebutuhan dibedakan menjadi benda produksi dan benda konsumsi. *Benda Produksi*, adalah benda yang dibuat untuk menghasilkan benda-benda lain. Misalnya, traktor merupakan salah satu bentuk dari barang yang dihasilkan oleh insinyur teknik mesin, kemudian traktor digunakan untuk menghasilkan barang lain

¹⁵ Suyanto dan Nurhadi, , *Ekonomi*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2004, hal. 72-73

berupa buah dan sayuran. *Benda konsumsi*, merupakan barang yang habis dipakai dalam waktu sekejap dan biasanya langsung habis dipakai.¹⁶

Barang berdasarkan jenisnya sebagai alat kebutuhan dalam hal fungsi dalam pemakaiannya, barang dibagi menjadi :

- Barang substitusi merupakan barang yang dikategorikan atau dikelompokkan untuk menggantikan barang pokok. Misalnya ketela digunakan untuk menggantikan nasi sebagai bahan makanan di Pulau Jawa.
- Barang Komplementer merupakan barang yang dikategorikan atau dikelompokkan untuk melengkapi alat pemuas kebutuhan yang tersedia. Jika barang utama dan barang yang digunakan untuk melengkapi barang utama maka akan menimbulkan kegunaan yang semakin meningkat. Misalnya untuk meningkatkan jumlah penumpang bus antar kota antar propinsi, disamping menawarkan bus dengan fasilitas AC dan toilet juga ditawarkan layanan makanan dan minuman demi kenyamanan dalam bepergian.¹⁷

Barang sebagai alat pemuas kebutuhan berdasarkan pada kesiapan penggunaan atau proses pembuatan maka barang dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu :

- Bahan mentah yaitu barang yang masih berupa bahan baku yang masih perlu diolah lebih lanjut agar dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia.

¹⁶ Suyanto dan Nurhadi, *Ibid*, hal 73

¹⁷ . Suyanto dan Nurhadi, *Op. Cit* hal 75-76

Misalnya kapas harus diolah dahulu menjadi benang sebelum akhirnya menjadi kain dan dapat digunakan untuk membuat baju atau pakaian.

- Bahan setengah jadi yaitu barang yang sudah berubah dari bahan mentah namun diperlukan usaha atau proses lain untuk dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Misalnya benang merupakan hasil dari kapas, sebelum digunakan untuk membuat kain maka benang harus diolah atau diproses terlebih dahulu.
- Barang jadi yaitu barang akhir dari suatu proses pengolahan dari barang mentah menjadi barang yang memiliki bentuk yang siap digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Misalnya baju merupakan tahapan akhir dari proses pemintalan kapas menjadi benang kemudian menjadi kain dan kain tersebut digunakan untuk membuat baju yang dapat digunakan manusia untuk memenuhi kebutuhan atau sebagai alat pemuas kebutuhan manusia.

Berdasarkan bentuk dan jenisnya, barang dibagi menjadi 2 (dua) yaitu barang elektronik dan barang non elektronik. Barang elektronik adalah barang yang dalam penggunaannya sebagai alat pemuas kebutuhan menggunakan fasilitas listrik. Misalnya televisi, radio, kipas angin dan lain sebagainya. Sedangkan barang yang dalam pemakaiannya tidak menggunakan fasilitas listrik sebagai alat bantu untuk menambah daya guna suatu barang dinamakan barang non elektronik. Misalnya mobil, motor, sepeda dan lain sebagainya.¹⁸

¹⁸ Suyanto dan Nurhadi, *Op. cit* hal 76

Disamping barang, manusia membutuhkan pelayanan yang digunakan sebagai suatu sarana menambah kepuasan adalah jasa. Jasa ini diperlukan untuk menyeimbangkan barang yang digunakan sebagai alat pemuas suatu kebutuhan. Jasa dalam pengertiannya menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Dalam konteks ilmu ekonomi, bahwa yang dimaksud dengan bidang kegiatan jasa adalah kegiatan produksi yang hasilnya bukan berupa barang melainkan berupa jasa. Misalnya kegiatan guru mengajar dikelas, kegiatan dokter memeriksa pasien, dan lain sebagainya.

Manfaat kegiatan tersebut dapat dirasakan oleh konsumen. Konsumen menjadi lebih sehat, memiliki pengetahuan yang lebih dari pada sebelumnya dan lain sebagainya. Hal inilah yang dimaksudkan berupa pelayanan atau jasa, yang tanpa disadari keberadaannya merupakan suatu alat pemuas kebutuhan.

Hal ini mengandung arti bahwa terdapat perbedaan yang sangat signifikan tentang barang dan jasa. Barang merupakan alat pemuas kebutuhan yang memiliki bentuk dan bentuk tersebut dapat dibedakan menurut bentuk, jenis, fungsi, dan kelangkaan. Sedangkan jasa lebih memprioritaskan tentang baik atau buruknya pelayanan yang diberikan sebagai alat pemuas kebutuhan. Adapun jasa dalam hal ini merupakan kontra prestasi dari sesuatu yang telah dikerjakan dari suatu penggunaan barang dan atau pekerjaan.

B. Tinjauan Terhadap Lembaga Perlindungan Konsumen

Disadari atau tidak bahwa tingkat kemajuan dan pola pikir manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan sudah sangat maju. Manusia sudah mampu untuk mengembangkan teknologi dengan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia untuk memenuhi kebutuhannya.

Pola pikir manusia menjadi lebih terarah dalam mewujudkan suatu masyarakat yang makmur. Dalam kajian ilmu ekonomi, makmur merupakan suatu takaran yang menyatakan bahwa dalam kehidupan manusia secara individu atau kelompok, bila mana sebagian besar kebutuhannya merasa telah terpenuhi, maka hal inilah yang dinamakan dengan makmur.¹⁹

Berkaca dari permasalahan yang semakin kompleks antara manusia dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan maka manusia melakukan suatu kegiatan usaha. Dalam kenyataannya kegiatan usaha ini dibagi menjadi 3 (tiga) kategori yaitu produksi, distribusi dan konsumsi.

Kegiatan produksi adalah kegiatan menghasilkan atau menambah nilai guna barang dan atau jasa. Adapun orang yang dalam melakukan suatu produksi ini disebut dengan produsen. Produsen dalam melakukan kegiatannya dapat berupa orang perorangan ataupun sekelompok orang. Dengan kata lain produsen inilah yang nantinya akan menghasilkan barang dan atau jasa yang sedianya digunakan oleh manusia sebagai alat pemuas kebutuhan dalam memenuhi kebutuhannya.

¹⁹ Suyanto dan Nurhadi, *Op. cit*, hal 44

Berdasarkan pada Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa yang dimaksud dengan pelaku usaha adalah setiap orang atau perseorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Distribusi merupakan kegiatan menyalurkan barang dan atau jasa kepada konsumen dari produsen ke konsumen. Melalui kegiatan distribusi ini, barang dan atau jasa yang dihasilkan oleh produsen dapat sampai ke konsumen. Jika dilihat dari tugas yang harus ditanggung oleh distributor, maka tugas dari distributor dalam kegiatan ekonomi adalah :

- Membeli barang dan atau jasa dari produsen atau pedagang yang lebih besar;
- Menyimpan barang di gudang;
- Melakukan klasifikasi barang atau memilah-milahkan barang sesuai dengan jenis, ukuran, dan kualitasnya agar lebih mudah dalam melayani pembeli;
- Memperkenalkan barang dan atau jasa;
- Memperkenalkan barang dan atau jasa yang diperdagangkan kepada konsumen misalnya dengan iklan maupun reklame;
- Memberikan penjelasan seperlunya kepada pembeli tentang barang yang diperdagangkan;

- Mengangkut barang-barang ke konsumen atau pedagang lain yang lebih kecil;
- Menjual barang dan atau jasa kepada konsumen yang lebih kecil.²⁰

Dalam masyarakat dengan taraf hidup yang masih sederhana, kegiatan memproduksi barang dan jasa bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Berarti dalam masyarakat seperti ini, produsen sekaligus berperan sebagai konsumen. Dengan demikian, distribusi bukan merupakan masalah karena hasil produksi langsung sampai kekonsumen.

Hal ini tentunya bertolak belakang dengan cara masyarakat yang hidup di perkotaan atau pada kumpulan masyarakat yang memiliki pola hidup yang lebih modern. Kegiatan memproduksi barang dan atau jasa sudah bertujuan untuk mendapatkan keuntungan terutama bagi produsen. Besar kecilnya keuntungan tentunya sangat ditentukan oleh sampai atau tidaknya barang dan atau jasa ke tangan konsumen. Dengan demikian, kegiatan distribusi jelas merupakan hal yang penting karena menentukan penyaluran hasil produksi oleh produsen kepada konsumen untuk dikonsumsi.

Kegiatan selanjutnya adalah kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi ini tentunya dilakukan oleh konsumen sebagai pemakai alat pemuas kebutuhan baik itu berupa barang dan atau jasa. Adapaun berdasarkan pada Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dimaksudkan sebagai konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia

²⁰ Suyanto dan Nurhadi *Op. Cit*, hal 95

dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bahwa konsumen adalah pemakai dari kegiatan produksi baik itu dihasilkan oleh diri sendiri (pada masyarakat sederhana) maupun dari pihak atau badan usaha lain (pada masyarakat modern).

Berdasarkan pada pernyataan tersebut maka dapat dipahami bahwa subjek yang memakai semua produk yang dihasilkan oleh produsen inilah yang disebut konsumen. Untuk itulah perlu dilakukan upaya perlindungan terhadap konsumen dari perilaku yang dilakukan oleh pihak produsen untuk melindungi hak-hak yang dimiliki oleh konsumen.

Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen ini tentunya sebagai cara atau langkah yang ditempuh oleh pemerintah dalam melindungi konsumen dari ulah buruk pihak-pihak produsen yang nakal.

Perlindungan konsumen ini, tentunya diupayakan agar barang konsumsi yang dipergunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya atau sebagai alat pemuas kebutuhan manusia, tidak merasa dicurangi oleh pihak-pihak yang sengaja melakukan suatu kejahatan.

Mencermati lebih lanjut bahwa perlindungan konsumen ini haruslah berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Perlindungan konsumen ini diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional yaitu:

- 1) *Asas Manfaat*, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
- 2) *Asas Keadilan*, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan membedakan kesempatan pada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
- 3) *Asas Keseimbangan*, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti material ataupun spiritual;
- 4) *Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen*, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan; dan
- 5) *Asas Kepastian Hukum*, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Dengan adanya perlindungan konsumen diharapkan dalam melakukan kegiatan usaha ini, para pengguna produk atau konsumen tidak merasa dirugikan oleh pihak pelaku usaha. Sedangkan bagi pelaku usaha, tidak melakukan suatu tindakan melanggar hukum yang lebih pada penipuan terhadap barang produksi terutama barang elektronik.

Diakui atau tidak, kehidupan manusia sekarang, dalam memenuhi kebutuhannya, manusia sering menggunakan komoditas yang disebut dengan barang elektronik. Kebutuhan manusia akan barang-barang elektronik sudah tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia yang senantiasa terus berputar (*mobile*). Kehidupan manusia yang dituntut untuk selalu *mobile* inilah yang membuat manusia untuk selalu menggunakan bantuan alat yang digunakan untuk membantu aktivitasnya.

Dalam pemenuhan kebutuhan ini, manusia berusaha untuk memperolehnya dengan segala cara agar aktivitas yang dilakukannya tidak terbengkelai. Dapat kita ambil contoh sekarang ini, kebutuhan manusia semisal penggunaan telepon genggam (*handphone*), televisi, *tape recorder*, kipas angin hingga *air conditioner*, komputer dan lain-lain tidak akan pernah lekang dari kehidupan manusia.

Dengan adanya kebutuhan yang sangat diperlukan oleh manusia ini, dikhawatirkan pelaku usaha baik itu distributor ataupun produsen berusaha untuk memanipulasi barang elektronik baik itu dari segi kuantitas maupun kualitasnya.

Kebutuhan akan barang elektronik yang dibutuhkan oleh para konsumen, terutama bagi barang yang sangat dibutuhkan oleh para konsumen dibuat dengan “ala kadarnya”, sehingga jika ada keluhan dari konsumen terhadap barang elektronik yang dipakai oleh konsumen, pelaku usaha dalam hal ini distributor ataupun produsen seolah-olah tidak mau tahu dengan keluhan yang dialami oleh konsumennya. Hal inilah yang mengakibatkan adanya kecemburuan dan ketidakseimbangan antara hak yang seharusnya dilakukan oleh distributor dan produsen dengan konsumennya.

Dalam usahanya menjual produk yang dibuatnya, produsen dan distributor berusaha untuk melakukan kegiatan usaha dengan berbagai cara baik itu melalui jalur periklanan maupun reklame. Dalam melakukan promosi ini cenderung melebih-lebihkan produk buatannya, namun jika terjadi kerusakan produsen ataupun distributor seolah-oleh “cuci tangan” terhadap permasalahan yang menimpa para konsumennya.

Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan atau jasa untuk menarik minat beli masyarakat (konsumen) terhadap barang dan atau jasa yang akan dan sedang ditawarkan. Kegiatan promosi ini sering kali digunakan oleh pihak pelaku usaha dalam menawarkan barang dagangannya kepada calon pembeli. Upaya promosi ini, tidak hanya secara tidak langsung saja tetapi juga sudah pada promosi secara langsung (*face to face promotion*). Kegiatan *face to face promotion* ini dapat melalui penjualan langsung (*direct selling*).

Penjualan langsung (*direct selling*) ini, sekarang mulai gencar dilakukan oleh para pelaku usaha dalam menawarkan dagangannya. Kegiatan penjualan secara langsung ini melibatkan penjual (*sales promotion girl* dan *sales promotion boy*) selalu aktif menawarkan produk yang ditawarkan kepada pihak konsumen dengan berbagai cara. Adapun cara yang ditempuh diantaranya dengan memberikan bonus alat penunjang, diskon atau potongan harga yang selangit dan lain sebagainya.

Dengan adanya perlakuan seperti ini, para konsumen tidak mengetahui apa yang akan terjadi jika barang yang dibelinya mengalami kerusakan dikemudian hari atau apakah jika terjadi kerusakan, *service* atau pelayanan terhadap penggantian *spare part* mudah dan cepat dilakukan atau tidak dan lain sebagainya.

Hal inilah yang sekiranya perlu dipikirkan oleh masyarakat konsumen untuk lebih teliti dalam membeli alat-alat elektronik dalam rangka memenuhi kebutuhan karena dirasa atau tidak bahwa kegiatan penjualan secara langsung apalagi kegiatan penjualan dengan merek yang kurang begitu terkenal di lingkungan akan membawa dampak yang kurang baik bagi masyarakat. Oleh karena itulah, masyarakat perlu dilindungi dengan suatu peraturan perundang-undangan.

Kegiatan mengkonsumsi barang-barang elektronik bagi konsumen sering kali konsumen tidak lagi menghiraukan kualitas suatu barang yang dibeli atau dikonsumsi. Faktor utama dari kegiatan ini adalah tingkat kesadaran yang masih lemah yang ditunjukkan oleh masyarakat Indonesia saat ini. Hal ini mungkin

disebabkan karena tingkat pendidikan dan pengetahuan masyarakat Indonesia yang masih sangat rendah. Masyarakat Indonesia lebih berusaha untuk mendapatkan barang yang berguna untuk kehidupan dan aktivitasnya dengan murah tanpa memikirkan bagaimana kualitas dari suatu barang elektronik tersebut dan bagaimana kelak jika dilakukan purna jual terhadap barang elektronik tersebut.

Untuk itu dibentuklah suatu Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dimaksudkan untuk memberikan landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Upaya pemberdayaan ini sangat penting karena tidak mudah mengharapakan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini potensial dapat merugikan kepentingan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan diatas maka perlu adanya upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif dalam masyarakat.

C. Tinjauan Singkat Terhadap Badan Perlindungan Konsumen Nasional

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam segala bidang kehidupan masyarakat, telah memungkinkan para pelaku usaha untuk memproduksi berbagai macam barang dan/atau jasa dan memperluas arus gerak transaksi yang ditawarkan baik dalam negeri maupun luar negeri yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memilih barang dan/atau jasa berdasarkan kebutuhan.

Di sisi lain, pengetahuan, kesadaran, dan kemampuan konsumen untuk memilih dan menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa yang memenuhi persyaratan keamanan, keselamatan, dan kenyamanan masih perlu ditingkatkan. Kondisi yang demikian konsumen kerap menjadi objek pelaku usaha, dan kelemahan konsumen tersebut dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya bagi pelaku usaha.

Untuk meningkatkan perlindungan konsumen dari kelemahan yang demikian, maka perlu dilakukan upaya pemberdayaan terhadap konsumen melalui suatu lembaga yang diamanatkan oleh Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen.

Disadari atau tidak bahwa untuk melindungi konsumen dari pengaruh atau efek yang ditimbulkan dari para pelaku usaha (produsen dan distributor) perlu adanya suatu lembaga untuk melindungi konsumen.

Dalam usahanya untuk melindungi konsumen dari pengaruh buruk yang dilakukan oleh pelaku usaha maka, pemerintah berupaya untuk membentuk suatu lembaga yang khusus untuk melindungi masyarakat sebagai konsumen dari berbagai produk.

Berdasarkan pada Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional menyatakan bahwa pemerintah membuat suatu badan atau lembaga yang dikenal dengan Badan perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan lembaga non pemerintah yang disebut dengan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) adalah suatu badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen. Badan Perlindungan Konsumen Nasional ini berada di Ibukota Negara dan bertanggungjawab kepada Presiden.

Fungsi dari didirikannya Badan Perlindungan Konsumen Nasional ini adalah untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Untuk itu fungsi dari badan Perlindungan Konsumen Nasional ini sangatlah penting karena dengan adanya Badan Perlindungan konsumen Nasional ini, konsumen tidak merasa untuk dicurangi dengan pelaku konsumen yang senantiasa menjalankan motif dan prinsip ekonomi dalam menjalankan usahanya tanpa menghiraukan kebutuhan konsumen.

Mencermati hal tersebut maka Badan Perlindungan Konsumen Nasional ini menjadi kompleks karena disamping memberikan saran kepada pemerintah juga harus melindungi konsumen dalam kegiatan ekonomi.

Adapun tugas yang dibebankan kepada Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah :

- Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
- Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
- Melakukan penelitian terhadap barang dan atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
- Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sistem keberpihakan kepada konsumen;
- Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dan masyarakat, lembaga perlindungan swadaya masyarakat, atau pelaku usaha; dan
- Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

Pemerintah melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional, pemerintah juga mengakui keberadaan lembaga perlindungan konsumen non pemerintah yang dikenal dengan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat ini merupakan suatu lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan mengenai perlindungan konsumen.

Salah satu upaya yang digunakan oleh pemerintah untuk menyelenggarakan perlindungan konsumen sebagaimana yang dikehendaki oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah melalui pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen.

Pembinaan perlindungan konsumen ini diselenggarakan oleh pemerintah dalam upaya untuk menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilakukannya kewajiban masing-masing. Sedangkan pengawasan perlindungan konsumen dilakukan secara bersama oleh pemerintah, masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, mengingat banyaknya ragam dan jenis barang dan atau jasa yang beredar di pasar serta luasnya wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pembinaan terhadap pelaku usaha dan pengawasan terhadap barang dan atau jasa yang banyak beredar di pasaran tidak semata-mata ditunjuk untuk melindungi

kepentingan konsumen tetapi sekaligus bermanfaat bagi pelaku usaha dalam upaya meningkatkan daya saing barang dan jasa di pasar global. Disamping itu, diharapkan pula tumbuhnya hubungan usaha yang sehat antara pelaku usaha dengan konsumen yang pada gilirannya dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif.

Pemerintah bertanggungjawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Untuk itu dalam usaha menyelenggarakan perlindungan konsumen, pemerintah dengan diwakili oleh Menteri dan atau menteri teknis terkait berupaya untuk :

- a) Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
- b) Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat; dan
- c) Meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

Dalam usaha menciptakan iklim usaha dan menumbuhkan hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen, Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri terkait dalam hal :

- Penyusunan kebijakan di bidang perlindungan konsumen;

- Pemasyarakatan peraturan perundang-undangan dan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen;
- Peningkatan peranan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan lembaga;
- Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha dan konsumen terhadap hak dan kewajiban masing-masing;
- Peningkatan pemberdayaan konsumen melalui pendidikan, pelatihan dan keterampilan;
- Penelitian terhadap barang dan atau jasa yang beredar yang menyangkut perlindungan konsumen;
- Peningkatan kualitas barang dan atau jasa;
- Peningkatan kesadaran sikap jujur dan bertanggungjawab pelaku usaha dalam memproduksi, menawarkan, mempromosikan, mengiklankan dan menjual barang dan atau jasa; dan
- Peningkatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah dalam memenuhi standar mutu barang dan atau jasa serta pencantuman label dan klausula baku.

Dalam upaya mengembangkan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri teknis dalam hal:

- Pemasyarakatan peraturan perundang-undangan dan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen;
- Pembinaan dan peningkatan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat melalui pendidikan, pelatihan dan keterampilan.

Dalam upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatkan kegiatan pelatihan dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen, Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri teknis terkait dalam hal:

- Peningkatan kualitas aparat penyidik pegawai negeri sipil di bidang perlindungan konsumen;
- Peningkatan kualitas tenaga peneliti dan penguji barang dan atau jasa;
- Pengembangan dan pemberdayaan lembaga pengujian mutu barang; dan
- Penelitian dan pengembangan teknologi pengujian dan standar mutu barang dan atau jasa serta penerapannya.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan penelitian dengan mengambil sampel di beberapa pusat penjualan dan layanan purna jual dari penjualan barang-barang elektronik di Jakarta, maka dapat disajikan hasil penelitian dan pembahasan sebagai berikut:

III. 1 HASIL PENELITIAN

III. 1. 1 Peranan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Khususnya Pengguna Barang Elektronik

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya dibidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan

berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang, ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.

Di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi

pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminim mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan di atas, perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat.

Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong, lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.

Di samping itu, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini dalam pelaksanaannya tetap memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah. Hal itu dilakukan melalui upaya pembinaan dan penerapansanksi atas pelanggaran.

Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional bahwa pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia yaitu dasar negara Pancasila dan konstitusi negara Undang-Undang Dasar 1945.

Di samping itu, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen pada dasarnya bukan merupakan awal dan akhir dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, sebab sampai pada terbentuknya Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini telah ada beberapa undang-undang yang materinya melindungi kepentingan konsumen, seperti:

- Undang-undang Nomor 10 Tahun 1961 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Penganti Undang-undang Nomor 1 Tahun 1961 tentang Barang, menjadi Undang-undang;
- Undang-undang Nomor 2 Tahun 1966 tentang Hygiene;
- Undang-undang Nomor 5 Tahun 1974 tentang Pokok-Pokok Pemerintah Daerah;
- Undang-undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal;
- Undang-undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan;
- Undang-undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian;
- Undang-undang Nomor 15 Tahun 1985 tentang Ketenagalistrikan;

- Undang-undang Nomor 1 Tahun 1987 tentang Kamar Dagang dan Industri;
- Undang-undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan;
- Undang-undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Agreement Establishing The World Trade Organization (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia);
- Undang-undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas;
- Undang-undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil;
- Undang-undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan;
- Undang-undang Nomor 12 Tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-undang Hak Cipta sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1987;
- Undang-undang Nomor 13 Tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 6 Tahun 1989 tentang Paten;
- Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 19 Tahun 1989 tentang Merek;
- Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup;
- Undang-undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran;
- Undang-undang Nomor 25 Tahun 1997 tentang Ketenagakerjaan;
- Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

Perlindungan konsumen dalam hal pelaku usaha melanggar hak atas kekayaan intelektual (HAKI) tidak diatur dalam Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini karena sudah diatur dalam Undang-undang Nomor 12 Tahun 1997 tentang Hak Cipta, Undang-undang Nomor 13 Tahun 1997 tentang Paten, dan Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Merek, yang melarang menghasilkan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang melanggar ketentuan tentang HAKI.

Demikian juga perlindungan konsumen di bidang lingkungan hidup tidak diatur dalam Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini karena telah diatur dalam Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup mengenai kewajiban setiap orang untuk memelihara kelestarian fungsi lingkungan hidup serta mencegah dan menanggulangi pencemaran dan perusakan lingkungan hidup.

Di kemudian hari masih terbuka kemungkinan terbentuknya undang-undang baru yang pada dasarnya memuat ketentuan-ketentuan yang melindungi konsumen. Dengan demikian, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini merupakan payung yang mengintegrasikan dan memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen.

Pada dasarnya perlindungan konsumen bertujuan untuk :

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;

2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan dari akses negatif pemakaian barang dan atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dan memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan atau jasa, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen.

Berkaitan dengan dasar tujuan perlindungan konsumen dalam mewujudkan perlindungan konsumen yang menyeluruh, adil dan merata, lembaga perlindungan hukum telah berusaha untuk selalu memperjuangkan dan melindungi konsumen dari pelaku usaha yang hendak melakukan kecurangan kepada konsumen.

Hal ini tentunya tidak terkecuali terjadi pada konsumen yang menggunakan barang-barang konsumsi yang dikategorikan masuk dalam barang elektronik. Sekarang ini, pemakaian barang-barang elektronik telah mewabah.

Semua elemen dalam kegiatan dan kebutuhan manusia sehari-hari rata-rata menggunakan barang elektronik sebagai alat pemuas kebutuhan. Untuk itu perlu adanya suatu pengamanan yang jelas dan terarah agar kelak dikemudian hari konsumen tidak merasa dirugikan.

Pada dasarnya menurut Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa konsumen memiliki hak yang harus didapatkan yaitu:

- Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan atau jasa;
- Hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa;
- Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan;
- Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumsi dari pusat;
- Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

- Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi I dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan
- Hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Berdasarkan pada ketentuan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini, masing-masing konsumen berhak untuk mendapatkan suatu barang dan atau jasa sesuai dengan sebenarnya barang dan atau jasa yang ditawarkan dan mendapatkan sesuai apa yang diminta oleh konsumen.

Dalam kenyataannya, konsumen pengguna barang-barang elektronik, cenderung kurang diberikan hak yang sepenuhnya oleh para pelaku usaha. Konsumen menjadi cenderung konsumtif karena penggunaan barang yang begitu cepat habis masa pakainya dan kurang adanya layanan perbaikan yang cepat, akurat dan dipercaya. Hal inilah yang membuat konsumen harus mengeluarkan uang berlebih untuk mendapatkan barang elektronik lagi agar aktivitas dan kebutuhannya tidak merasa terganggu.

Jika hal seperti tersebut diatas dijalankan terus menerus sudah barang tentu akan mengakibatkan kerugian bagi pihak konsumen dan memberikan keuntungan bagi produsen dan distributor barang elektronik.

Sudah dapat dimaklumi bahwa tujuan atau motif orang melakukan suatu pekerjaan adalah untuk mendapatkan keuntungan dan menghindari resiko

kerugian, namun jika tidak diawasi dengan benar akan mengakibatkan terjadinya eksploitasi konsumen. Kegiatan eksploitasi terhadap konsumen ini sudah mulai sering terlihat dengan adanya penjual langsung (*door to door sales*) yang mulai gencar melebarkan sayapnya terutama pada penjualan barang elektronik yang notabene merek yang ditawarkan merupakan tiruan dari beberapa merek ternama yang memberikan garansi terhadap pemakaian yang jelas. Namun oleh mereka hal ini sering dilupakan oleh pihak konsumen.

Perilaku konsumen terhadap kebutuhan barang elektronik, merupakan senjata yang paling ampuh bagi para pelaku usaha dalam mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Kita tengok salah satu contohnya dari penggunaan telepon seluler/telepon tanpa kabel/*handphone*. Sekarang, penggunaan *handphone* telah mewabah dengan banyaknya model dan varian dari berbagai jenis produk *handphone* sangat mudah untuk dimiliki. Harganya pun terbilang sangat variatif mulai dari harga ratusan ribu hingga puluhan juta dapat diperoleh dengan mudah. Namun siapa tahu didalamnya muncul suatu sindikat terhadap keberadaan barang elektronik.

Barang elektronik yang ditawarkan dengan kondisi yang dijual tidak sama. Barang elektronik berupa *handphone* yang ditawarkan tidak disertakan dengan kualitas yang diberikan pada saat promosi, iklan maupun gambar yang tertera dalam kemasan produk barang elektronik.

Adakalanya dalam penggunaan barang elektronik lebih terkesan disepelekan dengan tidak mencantumkan bahasa yang mudah dimengerti. Diakui atau tidak bahwa kendala penggunaan bahasa, masing menjadi kendala bagi sebagian besar penduduk di Indonesia, tidak terkecuali dengan masyarakat di Jakarta. Dalam paket yang menjual barang-barang elektronik tersebut sering dijumpai petunjuk penggunaan yang memakai bahasa asing yang kurang dimengerti oleh konsumen. Penggunaan ini misalnya menggunakan bahasa Inggris ataupun bahasa Mandarin yang kurang bisa dipahami oleh sebagian besar konsumen.

Hal ini tentunya bertentangan keras dengan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut diatas yang notabene konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, keselamatan, informasi dan didengar pendapat dan keluhan agar tidak terjadi *mist commmunication* antara penjual dan pembeli (konsumen) dalam rangka pemanfaatan barang-barang elektronik.

Berdasarkan data yang diperoleh dari tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti di beberapa tempat pusat penjualan barang elektronik baru dan purna jual didapatkan data sebagai berikut :

	Puas	Cukup Puas	Kurang Puas	Jumlah
Penggunaan merek terkenal	85 orang (85%)	12 orang	3 orang	100 orang

		(12%)	(3%)	(100%)
Penggunaa merek	35 orang	25 orang	40 orang	100 orang
kurang terkenal	(35%)	(25%)	(40%)	(100%)

Sumber : Wawancara Pribadi Peneliti

Berdasarkan pada tabel tersebut diatas bahwa peneliti melakukan penelitian kepada 100 orang pengunjung yang tersebar di masing-masing pusat penjualan barang elektronik, peneliti melakukan penelitian dengan jenis pertanyaan adalah bagaimana tingkat kepuasan saudara terhadap penggunaan barang elektronik ditinjau dari penggunaan merek terkenal dengan merek yang kurang terkenal ?

Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa konsumen yang menggunakan barang elektronik yang memiliki merek yang terkenal adalah sebanyak 85 (delapan puluh lima) orang atau 85%, sedangkan untuk kategori cukup puas sebanyak 12 (dua belas) orang atau 12 % dan yang merasa kurang puas sebanyak 3 (tiga) orang atau 3 % dari total responden.

Dari penelitian tersebut,peneliti memperoleh kejelasan bahwa pemilihan konsumen terhadap produk yang memeiliki merek yang terkenal adalah adanya kejelasan dalam bentuk, jenis dan kualitas serta layanan purna jual barang elektronik tersebut masih tinggi dan adanya jaminan terhadap layanan penggantian onderdil (*spare part*).

Sedangkan untuk kategori pemilihan barang-barang elektronik yang tidak memiliki merek yang kurang terkenal, dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat dilihat bahwa yang merasa puas dengan produk barang elektronik sebanyak 35 (tiga puluh lima) orang atau sekitar 35 %, sedangkan yang merasa cukup puas sebanyak 25 (dua puluh lima) orang atau 25 % dan yang kurang puas sebanyak 40 (empat puluh) orang atau sekitar 40% dari total responden.

Dengan berdasarkan pada penelitian tersebut maka jelaslah adanya hubungan yang selaras bahwa konsumen sudah mampu untuk sedikit memproteksi diri sebagai konsumen terhadap berbagai jenis produk yang kurang mendukung kegiatannya.

Adapun disamping memiliki hak yang harus dipenuhi oleh konsumen, konsumen memiliki kewajiban yang harus dipenuhi. Kewajiban ini sesuai dengan yang telah diamantkan dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Bahwa kewajiban konsumen adalah :

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; dan
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen selain melindungi konsumen juga mengatur tentang pelaku usaha. Adapun hak pelaku usaha adalah :

- i. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan;
- ii. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- iii. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- iv. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangkan; dan
- v. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Didamping itu juga lebih lanjut dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Anak bahwa Kewajiban pelaku usaha adalah:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;

3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan atau mencoba barang dan atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan atau garansi atas barang yang dibuat dan atau yang diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Untuk itulah, peranan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sangat erat kaitannya dengan kegiatan usaha untuk mencapai kemakmuran bersama. Dengan kata lain dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini memberikan suatu tatanan yang pas baik itu ditinjau dari segi konsumen maupun ditinjau dari segi pelaku usaha dalam hal ini adalah produsen dan distributor.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini, tentunya memberikan suatu esensi bahwa masing-masing pelaku

kegiatan ekonomi (produsen, distributor dan konsumen) tidak merasa yang terlalu diuntungkan ataupun dirugikan. Untuk itu, melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini pula, diatur adanya pengawasan dan penyelesaian sengketa jika terjadi masalah dalam kegiatan usaha.

Adapun pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Adapun yang ditugaskan dalam memberikan pengawasan terhadap perlindungan konsumen ini oleh pemerintah dilaksanakan oleh Menteri dan atau Menteri teknis terkait. Sedangkan dari masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan atau jasa yang beredar di masyarakat.

Pengawasan oleh masyarakat dilakukan terhadap barang dan atau jasa yang beredar di pasar. Pengawasan ini dilakukan dengan cara pengujian dan atau survei. Aspek pengawasan ini meliputi pemuatan informasi tentang resiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang diisyaratkan berdasarkan ketentuan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha. Adapun hasil pengawasan ini dapat disebarluaskan masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan atau Menteri teknis terkait.

Pemerintah dalam melakukan tugas pengawasan perlindungan konsumen ini dibebankan kepada Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang dibentuk sebagai upaya perlindungan konsumen. Adapun Badan Perlindungan Konsumen ini dalam peranannya sesuai dengan Pasal 33 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini berfungsi sebagai pemberi saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.

Adapun dalam menjalankan tugasnya tersebut, Badan Perlindungan Konsumen Nasional ini, mempunyai tugas pokok yaitu:

- a. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
- b. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
- c. Melakukan penelitian terhadap barang dan atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
- d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- e. menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan keberpihakan pada konsumen;

- f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pelaku usaha; dan
- g. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

Disamping diterbitkannya Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Pemerintah melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat mengakui suatu lembaga perlindungan konsumen non pemerintah dengan nama Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Lembaga ini merupakan lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.

Adapun tugas dari lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat ini adalah :

- i. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban serta kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa;
- ii. Memberikan nasehat kepada konsumen yang memerlukan;
- iii. Melakukan kerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
- iv. Membantu konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;

- v. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen pengguna barang-barang elektronik maka Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat ini tentunya dalam penyebaran informasi meliputi penyebaran berbagai pengetahuan mengenai perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Pemberian nasihat kepada pengguna barang-barang elektronik dilakukan baik secara lisan maupun tertulis agar konsumen dapat menjalankan hak dan kewajibannya.

Dari segi pelaksanaan dengan pihak yang terkait, Lembaga Perlindungan Swadaya Masyarakat ini melakukan tugasnya dengan melakukan pertukaran informasi mengenai perlindungan konsumen, pengawasan atas barang ada atau jasa yang beredar dan penyuluhan serta pendidikan konsumen.

Dalam membantu konsumen untuk mendapatkan hak-haknya, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dapat melakukan advokasi atau pemberdayaan konsumen agar mampu memperjuangkan haknya secara mandiri, baik secara perorangan maupun kelompok.

III. 1. 2 Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Dalam Proses Pemilikan Produk-Produk Elektronik

Dalam melakukan konsumsi barang dan atau jasa kita sering kali menemukan sesuatu yang dirasa kurang akan produk yang kita konsumsi. Begitu juga dengan hal-hal yang terjadi di dalam penggunaan barang-barang elektronik. Dengan iklan dan promosi yang menyatakan bahwa produk yang ditawarkan merupakan produk yang awet, bandel dan ekonomis, kadang kalinya hal tersebut tidak sesuai dengan realitanya.

Sering kita jumpai di pasaran bahwa barang elektronik yang memiliki harga yang rendah namun kualitas yang adapun juga rendah. Atau kualitasnya lumayan baik tapi pelayanan dari *customer care* tidak mau tahu dan cenderung acuh terhadap permasalahan yang dialami oleh konsumen.

Menurut wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap salah seorang pengunjung di Roxy Mas (sebuah pusat penjualan barang elektronik besar di Jakarta) bernama **Ayik** (24 tahun) warga Semarang-Jawa Tengah. Dalam wawancara singkat, responden memberikan gambaran mengenai masalah yang dihadapinya dalam kaitannya dengan pemakaian produk elektronik.

Dalam wawancara tersebut Sdr. Ayik menggunakan barang-barang elektronik yang digunakan dalam menunjang aktivitasnya. Pada saat wawancara, Sdr. Ayik membeberkan masalahnya bahwa di datang ke Jakarta

untuk melakukan pelayanan berupa pemeliharaan atas telepon seluler yang dia miliki. Berikut petikan wawancara dengan saudara Ayik :

Peneliti : “Selamat siang, bisa melakukan sedikit wawancara?”

Responden : “ Bisa”

Peneliti : “Bisa diketahui siapa nama saudara dan dari mana?”

Responden: Saya Ayik. Saya berasal dari Semarang-Jawa Tengah

Peneliti : “Apakah tujuan anda datang jauh-jauh dari Semarang ke Jakarta”

Responden : Saya datang ke Roxy Mas ini, hendak melakukan servis terhadap handphone saya yang saya beli kira-kira 3 (tiga) bulan yang lalu.

Peneliti : “Untuk keluhan apa saudara datang ke outlet penjualan handphone ini”

Responden : Saya datang kesini karena kira-kira satu bulan yang lalu handphone saya mengalami masalah dengan kamera handphone saya. Handphone saya memiliki berbagai fasilitas yaitu dual kamera dan tidak lupa tv tuner sebagai bagian dari dunia entertain saya. Setelah kira-kira 2 (dua) bulan menggunakan handphone tersebut, kamera bagian belakang handphone saya mengalami kerusakan dan kemudian saya bawa ke outlet penjualan tempat saya membeli produk tersebut. Kemudian atas perintah outlet penjualan maka saya diminta datang ke service center yang beralamat di Jl. Sriwijaya. Tapi setelah saya datang ke tempat service center saya diminta oleh pihak service center untuk membawa handphone saya ke Jakarta, karena spare part tersebut, pihak service center di Semarang tidak memiliki.

Peneliti : “Apakah saudara nyaman dengan perlakuan pihak pelaku usaha telpon seluler tersebut”

Responden :Tentu saja enggaklah, pak. Mereka juga menawarkan untuk meninggalkan handphone saya, nanti bisa dikirim ke Jakarta untuk dilakukan perbaikan. Waktu yang dilakukan kira—kira sekitar 2 minggu. Tapi setelah saya tunggu selama 2 minggu,

tidak ada kunjung berita mengenai handphone saya. Kemudian saya datang lagi ke service center dan menanyakan kabar handphone ternyata menurut pengakuannya, handphone belum selesai dan setelah saya cek handphone saya masih di Semarang. Maka saya ambil lagi dan saya bawa sendiri ke Jakarta.

Peneliti : “Menurut anda apa yang harus dilakukan oleh pihak pelaku usaha dalam mencermati kasus seperti apa yang menimpa saudara?”

Responden : Hendaknya pihak produsen ataupun distributor melalui service center yang tersebar di daerah operasi handphone tersebut diharuskan untuk menjaga kepuasan pelanggan (konsumen) karena jika diposisikan seperti ini, konsumen akan merasa dirugikan karena apa yang ditawarkan tidak semua dapat dipenuhi oleh pelaku usaha.

Peneliti : “Terima kasih atas waktunya mas Ayik”

Responden : Sama-sama

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sdr. Ayik bahwa Sdr. Ayik menghadapi masalah yang berkaitan dengan pelanggaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha yang dalam hal ini adalah distributor salah satu merk telepon genggam buatan China.

Permasalahan yang dialami oleh Sdr. Ayik sebetulnya berupa permasalahan yang diakibatkan karena pihak dari para pelaku usaha dalam hal ini adalah distributor yang diwakili oleh pihak yang ditunjuk sebagai service center tidak mampu untuk melaksanakan tugasnya yaitu memberikan pelayanan dalam bidang perbaikan dan penggantian suku cadang (*spare part*) dari produk barang elektronik yang dimaksudkan yaitu telepon genggam.

Dalam kenyataan yang diperoleh dari Sdr. Ayik dalam petikan wawancara tersebut bahwa Sdr. Ayik diminta untuk meninggalkan telepon genggam yang dimilikinya ke service center yang ditunjuk di dalam kartu garansi selama 2 (dua) minggu. Namun setelah 2 (dua) minggu berjalan, pihak service center tidak mampu untuk melaksanakan kewajibannya dalam perbaikan telepon genggam yang dimaksudkan.

Setelah itu, Sdr. Ayik diminta untuk membawa telepon genggam miliknya ke kantor pusat di Jakarta. Namun lagi-lagi Sdr. Ayik juga dikecewakan karena Sdr. Ayik dalam memperoleh hak-haknya sebagaimana yang diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak didapatkan sebagaimana mestinya.

Kantor pusat yang berada di Jakarta memberikan pernyataan secara sepihak bahwa suku cadang yang digunakan dalam rangka perbaikan telepon genggam yang dimaksudkan sudah tidak diproduksi lagi dan dengan berat hati, kantor pusat yang ada di Jakarta tidak mampu untuk memenuhi permintaan Sdr. Ayik.

III.1. 2. Peranan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Melindungi

Konsumen Barang Elektronik Dimasa Yang Akan Datang

Berkaca mata dari semua permasalahan yang terjadi pada saat ini, dengan fenomena dan realitas masyarakat yang semakin kritis ditunjang dengan ilmu pengetahuan dan pengetahuan yang sudah sangat maju, tentunya

membawa dampak yang mengkhawatirkan jika masih berpijak pada peraturan perundang-undangan yang belaku pada saat ini.

Manusia dengan realitas yang dimiliki akan memberi sedikit peluang untuk bisa menentukan arah kemana yang akan dibawa dalam menjalankan usahanya. Demikian halnya dengan melakukan perlindungan terhadap konsumen barang elektronik.

Disangkal atau tidak, kebutuhan barang elektronik dimasa sekarang ke masa yang akan datang akan semakin tumbuh dengan pesatnya. Dengan semakin majunya teknologi maka akan semakin maju pula instensitas barang elektronik yang beredar dimasyarakat dan tidak menutup kemungkinan akan semakin manambah rumit tindak kejahatan yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha untuk melakukan tindakan yang dapat mengakibatkan kerugian bagi para konsumen terutama konsumen barang elektronik.

Oleh karena itu, dalam suatu tinjauan pemikiran yang didapat oleh peneliti dalam melakukan penelitian terhadap fenomena yang terjadi sekarang ini tidak menutup kemungkinan untuk melakukan suatu pembaharuan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku yang khusus menyangkut mengenai masalah kejahatan bidang kejahatan teknologi.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen hanya mencakup tentang masalah hak dan kewajiban yang sedianya dilakukan oleh konsumen dan pelaku usaha, badan penyelesaian

p=sengketa konsumen, lembaga perlindungan konsumen , dan pengawasan dan pembinaan serta sanksi dan aturan peralihan namun juga perlu adanya penggolongan yang jelas mengenai jenis kejahatan dan dalam kategori yang membahayakan atau tidak.

Dengan adanya spesialisasi dalam kategori jenis tindakan yang dapat melanggar hak konsumen, para pelaku usaha masih merasa kurang mengerti batasan-batasan mana yang seharusnya dilakukan dan yang tidak dilakukan. Jadi hal ini tentunya membuat para pelaku usaha merasa dikambing hitamkan terhadap semua produk yang dibuat oleh para pelaku usaha.

Untuk itu perlu dibuat lebih lanjut mengenai batas-batas kewenangan dari konsumen dan para pelaku usaha dalam memperlakukan produk yang dihasilkan oleh para pelaku usaha.

Pemerintah dalam peranannya membutuhkan suatu elemen yang dapat mengatur tentang lalu lintas permasalahan jadi dalam hal ini tidak terkesan menyerahkan sepenuhnya kepada Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang secara langsung bertanggungjawab kepada Presiden.

III.2 PEMBAHASAN

III. 2. 1 PERANAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENGGUNA BARANG ELEKTRONIK

Dari penelitian yang lebih lanjut dari wawancara diatas adalah pada anggapan masyarakat bahwa :

- 2) Masyarakat atau konsumen barang elektronik masih ragu dengan kualitas barang elektronik tersebut;
- 3) Walaupun harganya lebih murah namun kurang adanya kejelasan sampai sejauh mana barang elektronik tersebut mampu bertahan dalam menunjang kegiatannya;
- 4) Kurang adanya jaminan yang jelas mengenai layanan purna jual produk elektronik yang sudah terlanjur terbeli;
- 5) Kurang adanya keakuratan dalam layanan perbaikan barang elektronik tersebut.

Setelah melakukan penelitan dari berbagai tempat layanan penjualan dan purna penjualan serta melakukan wawancara kepada responden yang berada pada obyek penelitian ini, maka dapat dirumuskan bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam peranannya dalam melindungi konsumen khususnya dalam melindungi konsumen barang-barang elektronik dirasa sudah cukup baik.

Hal ini dapat dibuktikan bahwa dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sudah banyak mengatur tentang hak dan kewajiban yang seharusnya diperoleh oleh konsumen.

Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan suatu pemakai yang harus dilindungi hak dan kewajibannya dari para pelaku usaha yang “cenderung” melakukan berbagai cara agar dapat dan mampu untuk menjual barang produksinya walaupun kadang-kadang bersifat sedikit “memaksa” .

Hal ini tentunya dilakukan oleh para pelaku usaha baik itu ditingkat produsen dan distributor dengan melakukan pengenalan produk yang lebih cenderung “*arogan*” dengan melebih-lebihkan produk/barang elektronik baik melalui pendekatan secara visual maupun audio bahkan secara verbal melalui *direct selling*.

Upaya pelaku usaha (produsen dan distributor) dalam melakukan pengenalan produknya secara visual adalah dengan melakukan iklan di media televisi yang cenderung memakaskan kualitas dan daya jual produknya padahal kualitas dan daya jual produknya tidak sebagus sebagaimana yang ditawarkan dalam iklan.

Demikian pula dalam pengenalan produk secara audio dan gambar, pelaku usaha hanya mengenalkan produk melalui suara bahwa produk yang dihasilkan mempunyai kualitas yang paling mewah diantara barang-barang lain yang sejenis yang beredar di pasaran dan memiliki layanan servis *spare part* dan purna jual yang tinggi daripada produk sejenis lainnya.

Lebih parah lagi, produsen ataupun distributor dalam menjalankan usahanya tersebut melakukan pengenalan dan penjualan melalui penjualan secara langsung (*direct selling*) kepada konsumen dengan menawarkan potongan harga yang tinggi dengan melakukan berbagai upaya yang seharusnya ditempuh oleh masing-masing penjual dalam membujuk para calon konsumen agar mau membeli produk yang dijualnya.

Hal ini seperti yang terjadi pada Sdr. Rusmawardi (40th), bahwa Sdr. Rusmawardi diminta untuk membeli produk terapi pijat elektronik dengan potongan harga mencapai 60 % (enam puluh perseratus). Disamping itu, para pelaku usaha dalam menjual barangnya juga memberikan garansi selama setahun dengan opsi penggantian suku cadang terhadap komponen barang elektronik tersebut.

Setelah melakukan pembelian barang tersebut, kurang lebih selama 8 (delapan) bulan setelah pemakaian terjadi kerusakan maka Sdr. Rusmawardi mengkonfirmasi kepada kantor layanan servis terdekat, namun ternyata kantor servis yang ditunjuk ternyata sudah tutup. Kemudian Sdr. Rusmawardi menghubungi kantor pusat barang tersebut, ternyata produk barang yang dimaksudkan tersebut sudah tidak diproduksi lagi berikut suku cadangnya.

Kondisi semacam inilah yang mengakibatkan terjadi ketidakseimbangan antara para pelaku usaha dan para pemakai produk barang elektronik. Dalam

kasus yang terjadi di atas maka para pelaku usaha cenderung cuci tangan terhadap segala bentuk keluhan yang terjadi pada konsumen.

Permasalahan yang dialami oleh Sdr. Ayik dan Sdr. Rusmawardi diatas telah mengalami suatu masalah dan oleh karenanya perlu dilindungi haknya sebagai konsumen. Untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh Sdr. Ayik, dia membutuhkan perlindungan terhadap kasus yang menyimpannya dalam menggunakan produk barang elektronik berupa handphone sedangkan Sdr. Rusmawardi membutuhkan perlindungan dalam hal penggantian produk elektronik yang telah dibeli karena adanya kerusakan sebelum masa berlaku garansi habis.

Dalam hal ini lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen salah satunya adalah dengan penyelesaian sengketa. Setiap konsumen yang merasa dirugikan pada dasarnya dapat melakukan gugatan kepada pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Disamping melakukan gugatan ke pengadilan, pihak yang dilanggar dapat melakukan gugatan diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa ini tentunya juga tidak menghilangkan tanggungjawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-

Undang. Namun bilamana telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak lain yang bersengketa.

Dalam melakukan gugatan atas pelanggaran pelaku usaha ini dapat dilakukan oleh seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan, sekelompok konsumen yang memiliki kepentingan yang sama, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya. Gugatan yang dilakukan oleh penggugat tersebut diatas dapat diajukan ke peradilan umum.

Apabila dalam penyelesaian sengketa diluar pengadilan harus ditempuh oleh pihak penggugat dan tergugat maka penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak terjadi kembali atau tidak akan terulang lagi kerugian yang diderita oleh konsumen.

Dalam upaya melakukan penyelesaian sengketa ini, pihak penggugat boleh sendiri, kelompok ataupun melalui badan atau lembaga perlindungan

konsumen dapat membuat gugatan kepada pihak tergugat berdasarkan pada ketentuan-ketentuan yang berlaku.

Dalam menyelesaikan penyelesaian sengketa konsumen, pemerintah membentuk badan yang berada di daerah tingkat II untuk menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan. Adapun yang dapat diangkat menjadi anggota badan penyelesaian sengketa konsumen ini adalah orang yang harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- Warga negara Indonesia;
- Berbadan sehat;
- Berkelakuan baik; tidak pernah dihukum karena kejahatan;
- Memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen;
- Berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun

Adapun tugas dan wewenang dalam penyelesaian sengketa konsumen meliputi :

- a) Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi, arbitrase, dan konsiliasi;
- b) Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c) Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d) Melaporkan kepada pihak penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam suatu Undang-Undang.

- e) Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- f) Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- g) Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h) Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap undang-undang ini;
- i) Meminta bantuan kepada penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud untuk sekiranya bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen.
- j) Mendapatkan, meneliti dan atau menilai surat, dokumen atau alat bukti lain guna penyelidikan dan atau pemeriksaan;
- k) Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- l) Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- m) Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang.

Demi kepentingan bersama maka badan penyelesaian sengketa konsumen wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima.

Adapun sanksi yang dapat dijatuhkan dalam penyelesaian sengketa konsumen dari segi sanksi administratif ini dibagi menjadi 3 (tiga) hal yaitu

- 2) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.
- 3) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah);
- 4) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Selain terdapat sanksi administratif juga dapat dikenakan sanksi pidana bagi para pelaku usaha jika terbukti secara sah dan meyakinkan melakukan tindak pidana dalam rangka melakukan kecurangan terhadap produk buaatannya yang dikonsumsi oleh konsumen. Adapun sanksi pidana yang dimaksudkan adalah :

- 2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), pasal 15, pasal 1 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, ayat 2 dan pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah);
- 3) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat

(1) huruf d dan huruf f dipidana dengan penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah);

- 4) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Terhadap sanksi yang diatur sebagaimana ketentuan yang diatur melalui sanksi administratif maupun sanksi pidana maka dapat pula dijatuhkan hukuman tambahan yang berupa:

- a) Perampasan barang tertentu;
- b) Pengumuman keputusan hakim;
- c) Pembayaran ganti rugi;
- d) Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e) Kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f) Pencabutan izin usaha

Oleh karena itu dalam usaha untuk mengupayakan terhadap perlindungan konsumen in, para penggugat melalui lembaga perlindungan konsumen dapat meminta pertanggungjawaban kepada pelaku usaha atas tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang sengaja ataupun tidak sengaja melakukan tindakan curang kepada para pemakai (konsumen) untuk

mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan mengorbankan hak yang sedianya diterima oleh masyarakat konsumen.

Untuk itulah dalam hal ini, Pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur kepada masing-masing pelaku usaha dan para pengguna produk barang dan atau jasa mengenai hak dan kewajiban masing-masing serta upaya yang dapat ditempuh oleh masing-masing pihak jika disuatu saat nanti terjadi sengketa.

Dalam penyelesaian sengketa, pemerintah mengakui bahwa dalam penyelesaian sengketa ini dapat ditempuh melalui 2 (dua) cara yaitu penyelesaian sengketa melalui pengadilan dan penyelesaian sengketa diluar pengadilan.

Penyelesaian sengketa melalui media pengadilan, sementara ini masih jarang dilakukan oleh para pelaku usaha maupun para konsumen. Hal ini dirasa, dalam proses menuju proses pengadilan dirasa cukup berbelit-belit dan membutuhkan waktu yang relatif lama dan hasil yang diperoleh kadang kala tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Adapun disamping penyelesaian sengketa melalui pengadilan ini, Pemerintah juga mengakui penyelesaian sengketa diluar pengadilan. Penyelesaian sengketa semacam ini lebih marak terjadi di Indonesia. Hal ini dikarenakan dalam proses penyelesaian sengketa ini, para pelaku usaha dan

para konsumen dapat duduk bersama melakukan proses mediasi dalam menyelesaikan permasalahan seputar kegiatan jual beli dan pasca jual beli.

Penyelesaian sengketa semacam ini tentunya rawan dengan kasus penipuan dan ego dari para pelaku usaha yang memiliki kekuasaan lebih tinggi dari para konsumen untuk membuat seolah-olah konsumenlah yang melakukan kecurangan dan kesalahan yang menyebabkan terjadinya sengketa. Misalnya para pelaku usaha cenderung membuat suatu argumen bahwa kerusakan yang terjadi pada barang elektronik tersebut dikarenakan kelalaian pemakai sendiri dan lain sebagainya.

Untuk itulah konsumen perlu sedianya melakukan upaya hukum yang lebih baik lagi agar dalam menjalankan kegiatan usaha perlu mendapatkan perlindungan dan tidak melakukan penipuan *public* terhadap produk barang dan atau jasa di masyarakat.

III. 2. 2 UPAYA KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN DALAM PROSES PEMILIKAN BARANG ELEKTRONIK

Dalam penyelesaian sengketa yang terjadi antara para pelaku usaha dengan konsumen, akan timbul suatu keadaan dimana masing-masing pihak tidak mau untuk kehilangan hak-hak yang dimiliki seperti yang diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dalam suatu kasus yang dialami oleh Sdr. Ayik bahwa dalam memperoleh haknya, Sdr. Ayik harus menempuh perjalanan dari Semarang-Jakarta untuk mengganti barang elektroniknya.

Dengan berkaca pada keadaan diatas bahwa Sdr. Ayik cenderung dirugikan oleh pelaku usaha. Pelaku usaha dalam hal ini adalah distributor telepon seluler, mengesampingkan permasalahan yang dialami konsumen dan bahkan cenderung “cuci tangan” terhadap masalah yang menimpa konsumen.

Oleh karena itu, Pemerintah perlu kiranya membentuk suatu lembaga yang berfungsi untuk melindungi konsumen atau masyarakat dalam rangka penggunaan barang dan atau jasa agar dikemudian hari tidak merasa dirugikan oleh para pelaku usaha. Aplikasi pemerintah adalah dengan membentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan mengakui suatu lembaga swadaya masyarakat dengan dibentuknya suatu lembaga yaitu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Dalam tugas dan wewenangnya, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat ini memberikan perlindungan kepada masyarakat dalam hal ini adalah para pelaku konsumen yang dirugikan oleh para pelaku usaha baik itu oleh produsen maupun distributor.

Adapun dalam sosialisasinya, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat ini dirasa kurang

memasyarakat. Hal ini dikarenakan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat masih berada di kota-kota besar di Indonesia padahal masyarakat atau para konsumen yang merasa dirugikan cenderung berasal dari golongan menengah kebawah.

Hal ini cukup beralasan karena dalam memenuhi kebutuhannya, masyarakat lebih banyak menggunakan produk lokal yang mudah dijangkau oleh masyarakat Indonesia pada umumnya. Hal ini pula yang dialami oleh Sdr. Ayik yang berusaha memenuhi kebutuhannya, Sdr. Ayik membeli produk telepon seluler yang ditawarkan oleh distributor melalui iklan yang ada di televisi.

Namun kenyataannya, produk yang dimaksudkan tidak sesuai dengan hal-hal yang diungkapkan atau dipaparkan pada media elektronik (televisi). Terlebih lagi dalam memperoleh hak *service* terhadap produk yang dimilikinya, Sdr. Ayik harus berkorban baik secara material maupun waktu.

Upaya yang ditempuh oleh Sdr. Ayik dalam mendapatkan hak yang dimiliki, Sdr. Ayik harus pergi ke kantor pelayanan kerusakan telepon seluler yang ditunjuk dalam kartu garansi. Namun kenyataannya, kantor pelayanan yang ditunjuk dalam kartu garansi yang dimaksudkan tidak mampu untuk melayani keluhan dari Sdr. Ayik dan seolah-olah cuci tangan terhadap permasalahan yang menimpa Sdr. Ayik. Hal senada juga disampaikan oleh Sdr. Rusmawardi bahwa dalam kasus pembelian barang elektronik untuk pijat

ini, pembeli merasa dirugikan dengan kinerja dari pihak produsen, distributor dan penjual langsung yang secara sengaja meninggalkan hak dan kewajiban yang harus di tanggung oleh pihak produsen dan distributor serta penjual langsung (*direct selling*)

Dalam kaitannya dengan yang diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka masalah yang menimpa Sdr. Ayik perlu kiranya mendapat bantuan dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional ataupun Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Sdr. Ayik ternyata tidak mengetahui adanya Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang seharusnya dapat dimintakan pertolongan untuk membantu dan melindungi haknya dari kecurangan yang dialami oleh distributor telepon seluler.

Sampai saat ini, Sdr. Ayik sudah berusaha menghubungi kantor pusat yang berdomisili di Jakarta untuk memperoleh keterangan yang menerangkan tentang bagaimana nasib dari telepon selulernya. Namun sampai sekarang belum ada kepastian yang didapat oleh Sdr. Ayik dalam menemukan titik terang dari permasalahan yang menimpanya.

III. 2. 3 PERANAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENGGUNA BARANG ELEKTRONIK DI MASA AKAN DATANG

Dalam menyingkapi permasalahan yang dialami oleh Sdr. Rusmawardi dan Sdr. Ayik bahwa untuk menunjang efektivitas dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah agar lebih disosialisasikan kembali Undang-Undang Perlindungan Konsumen agar masyarakat mengetahui hak dan kewajiban yang harus didapatkan dan dipenuhi bagi para pelaku usaha. Disamping itu juga masyarakat juga diharuskan memahami dan mengetahui hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para konsumen agar tidak terjadi tumpang tindih dalam kegiatan usaha.

Disamping itu juga dalam rangka mewujudkan usaha perlindungan konsumen, Pemerintah agar lebih memasyarakatkan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Hal ini ditempuh agar dalam badan dan lembaga yang ditunjuk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat agar dikemudian hari jika konsumen merasa dirugikan oleh para pelaku usaha.

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat hendaknya lebih aktif dalam melakukan sosialisasi di masyarakat agar tugas dan wewenangnya dalam rangka memberikan perlindungan kepada konsumen yang

mengalami kerugian yang diakibatkan oleh para pelaku usaha dapat lebih tepat guna dan tepat sasaran.

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat hendaknya lebih memperhatikan dan tanggap dalam membantu konsumen dalam penyelesaian sengketa yang dialami oleh para konsumen yang merasa dirugikan oleh para pelaku usaha.

Dalam rangka lebih memasyarakatkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa dalam memberikan perlindungan tidak hanya menerangkan dan menyudutkan para pelaku usaha saja tapi juga melindungi para pelaku usaha yang secara menyeluruh dari para konsumen yang berusaha mendapatkan tuntutan yang diperoleh.

Untuk itu sedianya Pemerintah juga membentuk suatu badan atau lembaga yang didalamnya juga mengatur tentang batasan-batasan tentang sejauhmana para konsumen memperoleh haknya dan batasan-batasan yang ditempuh oleh para pelaku usaha dalam mendapatkan haknya untuk melakukan suatu kegiatan usaha. Hal ini tentunya sesuai dengan tujuan yang diinginkan oleh para palaku usaha untuk mendapatkan keuntungan.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

- 1) Perlindungan konsumen ini, tentunya diupayakan agar barang konsumsi yang dipergunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya atau sebagai alat pemuas kebutuhan manusia, tidak merasa dicurangi oleh pihak-pihak yang sengaja melakukan suatu kejahatan.
- 2) Berdasarkan pada Pasal 1 point 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa yang dimaksud dengan pelaku usaha adalah setiap orang atau perorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik

Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

- 3) Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen hanya mencakup tentang masalah hak dan kewajiban yang sedianya dilakukan oleh konsumen dan pelaku usaha, badan penyelesaian p=sengketa konsumen, lembaga perlindungan konsumen , dan pengawasan dan pembinaan serta sanksi dan aturan peralihan namun juga perlu adanya penggolongan yang jelas mengenai jenis kejahatan dan dalam kategori yang membahayakan atau tidak. Dengan adanya spesialisai dalam kategori jenis tindakan yang dapat melanggar hak konsumen, para pelaku usaha masih merasa kurang mengerti batasan-batasan mana yang seharusnya dilakukan dan yang tidak dilakukan. Jadi hal ini tentunya membuat para pelaku usaha merasa dikambing hitamkan terhadap semua produk yang dibuat oleh para pelaku usaha.

B. SARAN

- 1) Dalam usaha memberikan perlindungan kepada konsumen, hendaknya perlu diperhatikan upaya perlindungan hak dan kewajiban yang dilakukan oleh pemerintah dalam upaya melindungi hak yang dimiliki manusia.
- 2) Dalam upaya melindungi masyarakat dalam peranannya dalam menjaga hak yang dimiliki oleh konsumen, maka perlu ada peraturan yang bersifat mengikat antara pelaku usaha dengan konsumen.

Pemerintah hendaknya mengatur tentang batasan yang jelas mengenai apa yang seharusnya dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Audretsch and J.J.Siegfried “ **Empirical Studies in Industrial Organization**”, Kluwer Academic Publishers.

Amirudin dan Zainal Asikin, **Pengantar Metode Penelitian Hukum**, Radja Grafindo Persada, Jakarta, 2004

Carlton, Dennis W. dan J.M. Perloff: 2000, **Modern Industrial Organization Third Edition**, Addison- Wesley, Massachusetts, USA.

Clarkson, Kenneth. 2000, “ **Industrial Organization**”, McGraw- Hill International Book Company.

Firmansyah, 2006, *Aplikasi Econometric Views (Eviews) V. 3.0-4.1*, **Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.**

Gujarati, Damodar, 1995, **Basic Econometrics, 3rd Edition**, Mc Graw-Hill, International Edition

Gujarati, Damodar, 2003, **Basic Econometrics, Fourth Edition**, Mc Graw-Hill, New York

Gunawan A. Setiardja, **Filsafat Ilmu: Manusia dan Pengetahuan : Mata Kuliah Program Pasca Sarjana UNDIP**, Semarang, 2005

Hartono Soerjopratiknjo, **Aneka Perjanjian Jual Beli**, Seksi Notariat FH. UGM- Yogyakarta, Yogyakarta, 1982

Jack Hirshleifer ang David Hirshleifer “ **Price Theory and Application**” Prentice- Hall International, Inc

Lipsey, Richard , **1990, Pengantar Mikroekonomi**, Gelora Aksara Pratama.

Lynne Pepall, Daniel J.R dan George Norman, 2005, **Industrial Organization Contemporary Theory practice Third Edition**, Thomson- South Western, Canada.

M. Firdaus, Rina Oktaviani dan Alla Asmara, 2008: **Analisis Struktur Perilaku dan Kinerja Manufaktur di Indonesia**, Working Paper Series No. 04/A/III/2008, Department of Economics and Management, Bogor Agricultural University.

Mariam Darus Badruzaman, **Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku (Standar)** BPHN, Jakarta, 1980

Mulyadi, Julius A. dan Kurnya Rosead, 2002, *rawan dan Suparmoko, 1992, Industri Pulp dan kertas*, Harapan Indonesia, Departemen Ekonomi CSIS, Jakarta.

Murseh Mursanef, **Pedoman Membuat Skripsi**, Haji Masagung, Jakarta, 1981

Nicolson, Walter. 2002, **Mikro Ekonomi Intermediate dan Aplikasinya Edisi kedelapan**, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Nurul Fadhlin, 2007, **Pengaruh Liberalisasi Perdagangan terhadap Pertumbuhan Industri : Bounds Testing Untuk Indonesia Tahun 1976- 2005**, Program Pascasarjana Ilmu Ekonomi, Universitas Indonesia.

Prof. Suyatno. M.Ed dan Drs. Nurhadi, **Ekonomi**, Erlangga, Jakarta, 2004

Ronny Hanintjo Soemitro, **Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri**, Ghalia, Jakarta, 1988

Saad, Ilyas 1995, **Stuktur Industri Kertas Oligopolistik**, Republika – Selasa 6 Juni, 1995.

Sally Piri, 2002, **Produksi Domestik Bruto, Harga, dan Kemiskinan Indonesia Berpotensi dalam Industri kertas dan Pulp**, Sinar Harapan, 2002.

Siahaan, Harlem 1995. **Kemiskinan dan Pertumbuhan Ekonomi**, Prisma, Hal. 17 - 31, No. 1.

Sudaryatmo, **Masalah Perlindungan Konsumen di Indonesia**, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996

Soerjono Soekanto, Sri Mamudji, **Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat**, Radja Grafindo Persada, Jakarta, 2004

Tambunan, Erwin, 2005, **Kelestarian Hutan Tropis RI Terancam**, Suara pembaruan online.

Tambunan, Tulus. 2006: **Perkembangan Ekspor dan Impor Indonesia dan Permasalahannya**, Kamar Dagang dan Industri Indonesia, diakses dari www.Kadin-Indonesia.or.id.

Tini Hadad, **Peranan YLKI dalam Perlindungan Hukum Pada Era Perdagangan Bebas: Makalah UNISBA-Bandung**, Bandung, 1998

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Wulandari, Fitri . 2007: “Struktur dan Kinerja Industri Kertas dan Pulp : *Sebelum dan pasca krisis*”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), Surakarta.

